

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ»

МАТЕРИАЛЫ

21-й Международной научно-практической конференции
«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ – 2016»

Выпуск 1

Секции:

- «Актуальная методология и современные технологии управленческого образования»
- «Актуальные вопросы экономической политики России»
- «Актуальные проблемы туристического бизнеса»
- «Актуальные проблемы развития рекламы и связей с общественностью»
- «Инновационный менеджмент»
- «Управление персоналом и экономика труда»
- «Корпоративное и антикризисное управление»
- «Россия и мир: история и политология»

Москва – 2016

УДК 061.3(100):658.012
6Н1
А43

Редакционная коллегия

д-р экон. наук, проф.	В.В. Строев
канд. геогр. наук, доц.	Н.Н. Михайлов
д-р экон. наук, проф.	Н.И. Заичкин
д-р экон. наук, проф.	А.Д. Чудновский
д-р экон. наук, проф.	Г.Л. Азоев
д-р психол. наук, проф.	В.Н. Князев
канд. экон. наук, доц.	Р.А. Ашурбеков
канд. техн. наук, доц.	А.А. Дашков
канд. юрид. наук, доц.	И.В. Матвеев
канд. экон. наук, доц.	В.А. Сенков
канд. полит. наук, доц.	Д.Ю. Знаменский
д-р экон. наук, доц.	В.Ю. Линник

А43 **Актуальные проблемы управления – 2016** [Текст] : материалы 21-й Международной научно-практической конференции. Вып. 1 / Государственный университет управления. – М. : Издательский дом ГУУ, 2016. – 305 с.

ISBN 978-5-215-02907-7

Сборник посвящен актуальным проблемам методологии и современным технологиям управленческого образования, проблемам экономической политики России, туристического бизнеса, проблемам развития рекламы и связей с общественностью, также уделено внимание проблемам инновационного менеджмента, истории, политологии и связей с общественностью, а также проблемам управления персоналом и корпоративного управления.

УДК 061.3(100):658.012
6Н1

ISBN 978-5-215-02907-7

© ФГБОУПО «Государственный университет управления», 2016

СЕКЦИЯ «АКТУАЛЬНАЯ МЕТОДОЛОГИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ»

Т.В. Мезенцева
(ГУУ, г. Москва)

ВОЗМОЖНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ДУАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ТЕХНИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ В РОССИИ

Современное образование должно готовить студентов к работе в экономике знаний, а инженер и гуманитарий всегда должны находить общий язык. Не только в России, но и во всем мире на тему образования идут жаркие дискуссии. Довольных состоянием системы образования нигде нет. Объяснить это можно тем, что мировая экономика постоянно меняется, она становится экономикой знаний, но по-настоящему к этому мало кто готов. Нет однозначного ответа на вопрос, как хорошо «образовывать» все население, как подготовить его к работам будущего. До конца не понятно, какие профессии в будущем будут востребованы. Нет гарантий того, что то, чему вуз научил студента, не обесценится через несколько лет. Как же выбирать себе профессию и университет выпускникам школ, если они и так плохо ориентируются в реалиях современного времени и слабо представляют своё будущее?

Существует несколько точек зрения. Согласно одной из них – необходима специализация и подготовка к конкретной профессии. При этом переход к специализации нужно начинать в старших классах средней школы. Болонский процесс обеспечивает в первую очередь европейским странам реализацию поставленной перед собой задачи по достижению такой степени прозрачности образовательных систем, чтобы для каждого работодателя было понятно, какими умениями и навыками обладает человек, получивший образование в любой стране. С 2000 г. началась выработка таких требований к будущему специалисту, которые бы устроили работодателей разных стран. Россия подключилась к этому процессу в 2006 г. И тогда сформировалось понятие компетенции, которым пользуется система образования сегодня. В нем есть три основных компонента: первый – знание; второй – методология их применения и владение этой методологией; третий – практический навык.

Предполагается, что все три компонента компетенции равнозначны. Но внедрение компетентного подхода показало, что практическая направленность начинает преобладать над знаниями. Компетентный подход в определенной степени сыграл положительное значение для системы образования. Вузам, реализующим конкретные образовательные программы, компетентный подход дал возможность создавать уникальную архитектуру конкретных образовательных программ, формировать магистерские программы под конкретных ученых с именами, с научными школами.

Специалистов, готовых прийти и сразу результативно начать работать по инженерно-техническим специальностям, на сегодняшний день недостаточно.

Пропасть между теорией и реальностью – это извечная беда сначала советского, а позже российского профессионального образования. Ликвидировать разрыв между теорией и практикой приходится предприятию, для которого обеспеченность квалифицированными кадрами – вопрос жизни и смерти. Каждый решает этот вопрос по-своему. Где-то к новичкам прикрепляют наставников, вводят в должность, где-то разрабатывают и внедряют программы обучения и адаптации. И в результате через два-три года получают такого специалиста, который готов к работе и отлично знает производство. При этом возникает вопрос, а не слишком ли накладно – сначала несколько лет учить, а потом почти столько же доучивать и переучивать? Не существует ли более эффективной и не столь затратной по времени системы подготовки? Отвечая на эти вопросы, можно прийти к необходимости исследования возможностей дуального обучения в России [3].

Современная система российского профессионального образования характеризуется реализацией компетентного подхода в процессе обучения, базирующегося на обязательном применении новых федеральных государственных образовательных стандартов профессионального образования (ФГОС). Принципиальными отличиями компетентного подхода в образовании являются единство теории и практики, применение интегрированного обучения в образовательном процессе, акцент на применении умений и знаний в профессиональной деятельности.

Компетентный подход очень близок по своим принципам к дуальной системе. Основной целью дуальной системы образования является самостоятельное выполнение выпускником образовательной организации профессиональных задач после окончания обучения. Студенты приобретают дуальные знания в двух различных организациях: теоретические знания получают в образовательных учреждениях, а практические фазы обучения проходят на предприятии. Чередование практического и теоретического обучения продолжается в течение освоения всей образовательной программы.

Дуальные системы обучения в первую очередь используются в таких областях, как техника, экономика и социальное обеспечение. При этом спектр специальностей охватывает машиностроение, инженерное дело, строительство, производство, индустрию недвижимости, менеджмент туризма и социальный менеджмент. Дуальное обучение не практикуется в таких областях, как искусство и гуманитарные науки [1].

Дуальная система подготовки усиливает практическую направленность подготовки специалистов путем интеграции в учебный процесс большого объема производственной практики, что значительно повышает профессиональную мобильность выпускников. Для внедрения дуальной системы необходимо принципиальное изменение организации учебного процесса, в основе которого находится рациональное сочетание в течение всего учебного года теоретической подготовки и расширенной производственной практики на предприятиях и в организациях.

Руководство образовательной организации может принять решение о переводе студентов на дуальную систему обучения со старших курсов. К этому времени студенты полностью изучат цикл общеобразовательных дисциплин, приобретут базовые знания по специальности и приступят к изучению профилирующих дисциплин, формирующих основополагающие профессиональные знания и умения. В этом случае дуальная система обучения может стать для студентов полигоном, на котором будет проверяться качество полученных знаний, закрепляться теоретический материал и

формироваться практические умения, что очень важно в контексте требований компетентностной модели подготовки специалистов [2].

Основу содержательной части учебных планов специальностей, переводимых на дуальную систему подготовки, определяют два фактора:

- содержание федеральных государственных образовательных стандартов по специальностям, которое определяет уровень обязательной подготовки и основные требования к качеству подготовки выпускника по каждой специальности;
- специфика содержания труда современных специалистов, которая определяющая состав общих и профессиональных компетенций, которыми должен владеть конкретный специалист.

Таким образом, дуальные образовательные программы отвечают интересам всех участвующих в ней сторон – предприятий, работников и государства.

Для предприятия дуальное образование – это возможность подготовить для себя кадры точно «под заказ», обеспечив их максимальное соответствие всем своим требованиям, экономя при этом на расходах по поиску и подбору работников, их переучиванию и адаптации. К тому же у предприятия имеется возможность отобрать самых лучших выпускников, ведь во время обучения становятся очевидными все их сильные и слабые стороны. Такой подход мотивирует студентов учиться не «для галочки». Молодые люди проходят проверку и учатся утверждать свою позицию в производственных условиях, в ситуациях «реальной жизни».

Существуют организации, которым выгодно инвестировать в образование, поскольку «на выходе» они получают готового специалиста, досконально знакомого с особенностями работы именно этого предприятия. При этом наниматели уверены, что после получения диплома выпускник останется работать именно у них, притом на условиях диктуемых нанимателем.

Это отличная модель, чтобы самим обеспечить себя притоком молодых квалифицированных кадров, которые могут сразу работать с полной отдачей и производительностью. Для организации – базы практического обучения – это способствует закреплению кадров и уменьшению текучести, что немаловажно для производства.

Участие в подготовке кадров положительно сказывается на репутации предприятия и его имидже как работодателя на рынке труда, при этом за ним остается право выбора, и оно само решает, организовывать ли у себя обучение.

Таким образом можно сделать вывод о том, что с целью повышения эффективности профориентации будущих абитуриентов и профессиональной подготовки студентов технических вузов при реализации современной системы образования необходимо учитывать запросы работодателя, в каких типах компаний будут востребованы те или иные компетенции и какие из них необходимо развивать для продвижения перспективных технологий.

Литература

1. Воробьева И.М. Опыт дуального образования как возможный путь повышения эффективности профориентации будущих абитуриентов и профессиональной подготовки студентов технических вузов // Молодой ученый. 2015. № 11. С. 1310-1313.

2. Теоретические аспекты дуальной целевой подготовки специалистов / В.В. Землянский, Я.В. Канакин // Вопросы современной науки и практики. Университет им В.И. Вернадского. 2015. № 1 (37). С. 104-110.

3. Югфельд Е.А. Дуальная система образования как катализатор успешной профессиональной и социальной адаптации будущего специалиста // Образование и наука. 2014. № 3(112). С. 49-62.

А.А. Степанов
д-р экон. наук, проф.
О.А. Тетцоева
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

ОТ КАЧЕСТВЕННОГО ОТРАСЛЕВОГО ОБРАЗОВАНИЯ К УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ

Динамика потенциального ресурса численности обучающихся в России на основе рождаемости свидетельствует о том, что в течение как минимум 5 лет не будет прироста численности выпускников в школах. Это связано с последним крупным сокращением рождаемости, наблюдавшимся с девяностых годов [1].

Акцент конкуренции в отраслевом управленческом образовании приходится на конкуренцию отраслевого образования ГУУ между отраслевыми техническими вузами, имеющими в своей основе отраслевое техническое образование и непрофильное управленческое и экономическое.

Развитие образовательного процесса в России идет по пути ориентации на внутренние потребности экономики. Однако при этом организационно и содержательно этому процессу пытаются придать характер образовательного пространства Болонского процесса. Это создает некое противоречие, которое, прежде всего связано не с основами теоретического образования: (классические теории являются основой образования всех ведущих вузов мира), а с практической частью современного отраслевого управления, которое необходимо получить из национальной практики, что более понятно для обучающихся и работодателей.

Важную роль в отраслевом управленческом образовании играет взаимодействие с конкретным бизнесом. Это проявляется через различные формы и уровни взаимодействия с разными субъектами (организациями), работающими в отраслях таких как производственные предприятия и госкорпорации, министерства и ведомства, научные и проектные организации, органы госконтроля и отраслевые союзы и ассоциации.

Качество функционирования транспортного комплекса является одним из важнейших условий развития современной экономики. Однако, наличие большого количества «узких мест», обусловленных недостаточным уровнем развития инфраструктуры все еще является одним из факторов, сдерживающих экономическое развитие страны.

При этом целесообразным представляется ставить задачу перехода именно к инновационному пути развития российского транспорта, предполагающего не только количественное, но и, в первую очередь, качественное изменение характеристик транспортной системы, обеспечивающее улучшение таких показателей, как скорость сообщения, своевременность, предсказуемость, ритмичность, безопасность и экологичность функционирования транспортной системы.

Российская научная мысль исследует проблематику развития устойчивого транспорта, но данный круг проблем весьма сложен и охватывает не только собственно транспортную отрасль, но и смежные. Также стоит говорить о высокой роли органов государственного и муниципального управления, от действий которых зависят условия и порядок реализации инициатив в сфере устойчивого транспорта. Таким образом, переход к устойчивому транспорту будет означать необходимость масштабных изменений в указанных отраслях, формирования большого количества новых народнохозяйственных связей, появления новых подходов к ведению бизнеса [2].

В связи с этим стоит отметить ещё один важный фактор – необходимость ведения фундаментальных и прикладных исследований (как технических так и экономических), обеспечивающих практическую реализацию данного подхода.

При этом стоит упомянуть ещё одну объективную тенденцию – возрастание роли человеческого капитала в экономике и рост требований к качеству управленческих решений, что определяет высокие требования к подготовке квалифицированных кадров. Организация такой подготовки возможна на базе компетентностных моделей специалиста, разработка которых должна выполняться в сотрудничестве с потенциальными работодателями.

Сотрудничество и совместная работа вузов и работодателей способны обеспечить достижение заявленной цели – качественного обеспечения разработки управленческих решений в области практической реализации концепции устойчивого развития применительно к российскому транспортному комплексу.

На сегодняшний день остро стоит вопрос в качестве аналитической работы, выполняемой на всех уровнях управления, особенно в условиях современных вызовов. В этой связи можно выделить два направления реализации такой задачи:

- создание новых методик анализа социально-экономических процессов, основанных на интенсивности развития и решения проблем населения, государства и бизнеса;
- разработка образовательных программ, создающих и обучающих кадры, необходимые для решения аналитических задач в разных сферах.

Наш Университет является флагманом в деле подготовки аналитических и организационно управленческих отраслевых кадров. И мы делаем все для того, чтобы отвечать современным запросам и требованиям. Так, в ближайшее время в ГУУ будет создан новый учебный центр под патронажем контрольного управления при Президенте России

Форм практического взаимодействия с отраслями много и ГУУ имеет очень большой опыт такого взаимодействия. Наиболее классические формы такого взаимодействия: подготовка по договорам для предприятий, производственная практика студентов на конкретных базовых предприятиях и т. п. Развитием этого взаимодействия является создание ГУУ базовых кафедр в отраслевых организациях.

Успешный опыт кафедры управления транспортно-экспедиционным обслуживанием ГУУ по проведению исследований в области практического использования технологий устойчивого транспорта, проводимых в интересах коммерческих заказчиков свидетельствует, что в выполнении данных работ заинтересованы все участники такого рода проектов – органы государственного и муниципального управления, перевозчики, владельцы транспортной

инфраструктуры, компании, занимающиеся производством транспортных средств и их обслуживанием.

Литература

1. Степанов А.А., Тетцоева О.А., Купцова Е.В. Развитие отраслевого управленческого образования // Актуальные проблемы управления – 2015: материалы 20-й Международной научно-практической конференции. Вып. 1. М.: ГУУ, 2015. С. 246-249.

2. Степанов А.А., Купцова Е.В., Кондратьев А.Е. О важности научного подхода к устойчивому развитию транспортной системы России // Актуальные проблемы управления – 2015: материалы 20-й Международной научно-практической конференции. Вып. 1. М.: ГУУ, 2015. С. 249-251.

Г.М. Сундукова
канд. экон. наук
(ГУУ, г. Москва)

КОНЦЕПЦИЯ «ИНТЕЛЛЕКТУАЛИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ» КАК УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ

Интеллектуальный капитал представляет собой один из наиболее важных ресурсов развития организаций независимо от типа решаемых задач, места в общественном разделении труда, формы собственности и уровня развития. Он является залогом создания долговременных конкурентных преимуществ, так называемых отличительных компетенций, приобретения высоких адаптивных качеств, позволяющих приспосабливаться к чрезвычайно изменчивой конъюнктуре рынка. Сегодня представляется бесспорным, что именно интеллектуальный капитал предприятия способен либо многократно повысить его эффективность, либо поставить под сомнение сам факт его существования.

В современных условиях перманентных изменений в социально-экономической и политической сферах человеческой деятельности для того, чтобы удержать позиции лидера, недостаточно использовать стандартный набор управленческих инструментов, необходимо взять на вооружение так называемый инновационный подход, сутью которого является использование интеллектуальных инструментов управления предприятием. Одним из таких управленческих инновационных инструментов может стать концепция «Интеллектуализация управления», центральным звеном которой является интеллектуальный капитал предприятия, представляющий собой основу его устойчивого долговременного развития и эффективного функционирования. Анализ современного состояния разработанности проблемы интеллектуализации управления свидетельствует о том, что практика применения интеллектуальных технологий управления в различных странах демонстрирует как многообразие подходов и традиций, так и противоречивость конечных результатов. При этом необходимо отметить тот факт, что в реальной деятельности российских предприятий подобный подход практически не применяется, поэтому целесообразно провести анализ мировых тенденций в этой области, выявить и систематизировать наилучшие достижения, максимально адаптировать их к российским условиям [1].

В настоящее время перспективы развития «Интеллектуализации управления» связаны с интеграцией трех принципиальных концепций: интеллектуального капитала, менеджмента знаний и обучающейся организации, которые взаимно дополняют друг друга. Интеллектуальный капитал включает ресурсы и возможности организации, которые являются ценными, редкими, плохо имитируемыми и слабо взаимозаменяемыми. Менеджмент знаний рассматривается как процесс, обеспечивающий эффективное использование данных ресурсов. Обучающаяся организация – это организация, обладающая определенной структурой и деловой средой, способствующей эффективному использованию интеллектуальных ресурсов. Концепция интеллектуального капитала вводит интеллектуальные ресурсы в явном виде в структуру капитала предприятия и в его экономику.

Сегодня человек рассматривается в качестве главного объекта интересов менеджмента. Задача руководства при этом заключается в проведении такой кадровой политики, когда целью всей деятельности по управлению персоналом становится наилучшее удовлетворение растущих запросов и потребностей каждого члена организации. До сих пор при всех рассуждениях о важности кадров и создании наиболее благоприятных условий для раскрытия потенциала каждого сотрудника он рассматривался как объект, который подлежит управлению со стороны фирмы. Новый подход предполагает, что человек является меняющейся, но неуправляемой переменной предприятия. Задача менеджмента в этом случае в том, чтобы познать закономерности развития личности и разработать соответствующие программы, обеспечивающие лучшее, чем конкуренты, удовлетворение растущих потребностей каждого работника. Результатом данной деятельности должна стать увеличивающаяся прибыль как результат роста производительности труда. Таким образом, изменяется система взглядов на человека в организации: не его заставляют бегать, чтобы обеспечить продуктивную работу, а фирма крутится вокруг сотрудника, пытаясь наилучшим образом удовлетворить его растущие запросы [2].

Кто не сможет этого вовремя понять, может оказаться неконкурентоспособным на рынке, особенно принимая во внимание сложную демографическую обстановку в стране в целом и на рынке труда в частности. Стержневым элементом системы управления экономикой являются люди. В настоящее время в управлении происходят революционные изменения. В разных масштабах и модификациях рождаются горизонтальные структуры, сетевые организации, «внутренние рынки» корпораций, виртуальные системы. Возрастают требования к профессиональной подготовке и роли руководителей, к их поведению, умениям и интеллектуальному потенциалу. В этих условиях овладение знаниями, их распределение и использование становятся главным источником и ключевым фактором развития материального и нематериального производств, обеспечения устойчивого экономического роста. Важно отчетливо представлять, что управление новыми знаниями и новые знания в области управления являются взаимосвязанными факторами, призванными фундаментально изменить организацию человеческой деятельности и резко повысить ее эффективность. Обращает на себя внимание развернувшаяся в самых разных формах пропаганда тезиса, что на знаниях базируются все хозяйственные и управленческие отношения, выявляются предпочтения каждой из сторон, вносится ясность в происходящий обмен и поставляется информация на рынки. Отсутствие же информации приводит к краху рынков и препятствует их созданию. На основе этого делается вывод, что обеспечение приспособляемости управления знаниями к новым условиям является теперь

едва ли не главной задачей руководителей. Источниками мобильности становятся способность к перемене профессий, культурной и общественной среды, образование и пожизненное обучение каждого. На первый план выходит использование образовательных технологий.

Стране нужны профессиональные управленцы, способные вывести ее из кризиса. Они должны обладать принципиально новыми качествами. В первую очередь это умение интегрировать интеллект людей, пробуждать в них инициативу, творчество, новаторство, стремление к успеху, оригинальным, самостоятельным действиям и решениям, а также способность привлекать в организации профессионалов и удерживать их, формировать атмосферу истинной заинтересованности всего персонала в успехе дела, работать на уровне высоких стандартов. Главными требованиями к менеджерам-руководителям становятся высокий профессионализм, знание механизмов функционирования рынка в сочетании с владением современными информационными технологиями. Решение этой задачи связано не только с углублением подготовки в школах и вузах в области экономики, бизнеса и менеджмента, но и с созданием по опыту зарубежных стран общественной структуры (ассоциации) по формированию в стране института (категории) профессиональных менеджеров, деловая репутация которых удостоверялась бы этой структурой в качестве независимой экспертизы. Критериями оценки менеджеров должны быть творческий склад ума, стратегический тип мышления, склонность к инновациям, умение аккумулировать энергию и способности многих участников совместной деятельности. Интеллектуальная культура специалиста управления включает способность к методическому мышлению как фактору высокой результативности этой деятельности. Это означает, что менеджер уверенно владеет современными методами программно-целевого, информационно-аналитического, прогнозного, проектного управления [3].

Эффективный менеджмент базируется на знаниях, умениях и информации. Поэтому роль подготовки специалистов в данной области постоянно должна возрастать, наполняться современными идеями и подходами. Новые тенденции в научном менеджменте потребуют нетрадиционных подходов в деле повышения экономической и управленческой культуры менеджеров. В современном мире быстрыми темпами может развиваться только та страна, которая создаст благоприятные возможности для максимального роста интеллекта специалистов в области менеджмента и в целом интеллектуального потенциала управления. Менеджмент XXI века – это социальный менеджмент. Становится понятной актуальность и важность использования интеллектуального подхода к управлению. Интеллектуализация управления – это, безусловно, принципиально новые методы управления, носящие ярко выраженный инновационный характер, где ключевым понятием является человеческий потенциал и эффективность его использования. Именно человеческий фактор является основой развития предприятия в долгосрочном периоде. Стратегия основывается на индивиде, который, в свою очередь, определяет приоритетные направления развития, необходимый инструментарий и, собственно, воплощает эту стратегию в жизнь. Интеллектуализация управления является необходимым условием не только «выживания» хозяйствующего субъекта в условиях рыночной экономики и жесточайшей конкуренции (это задача сегодняшнего, а в некоторых случаях уже вчерашнего дня), но в первую очередь неотъемлемым фактором, определяющим его эффективное функционирование и развитие завтра. С одной стороны, интеллектуализация управления – это процесс координации

различных видов управленческой деятельности, в основе которого лежит ориентация на долгосрочное стратегическое развитие, когда центральным звеном всей системы взаимодействия является индивид, то есть происходит смещение акцента с технико-технологической составляющей (машины, оборудование) на человеческий фактор развития организации (прежде всего на его качественные характеристики), поскольку именно человеческий фактор представляет собой скрытый резерв роста эффективности, производительности труда. Однако человеческие ресурсы являются самыми ограниченными ресурсами предприятия, поэтому организация наиболее эффективного их использования является залогом успешности функционирования хозяйствующего субъекта. С другой стороны, интеллектуализация представляет собой определенный комплекс требований, предъявляемых как к самой организации, так и к ее высшему руководству и рядовым работникам. Предприятие должно достигнуть определенного уровня зрелости, самосознания, прежде чем оно будет готово внедрить эту концепцию. Необходимо произвести определенную переоценку ценностей, выявить факторы, являющиеся значимыми для развития предприятия, и быть готовыми к значительным, кардинальным изменениям в системе управления предприятием, которые непосредственно затронут всех членов организации, начиная с топ-менеджеров и заканчивая рядовыми служащими. Таким образом, подытоживая все вышесказанное, можно сформулировать следующее: «Интеллектуализация управления» – это новая концепция управленческого процесса, предусматривающая в качестве условий эффективного стратегического управления предприятием необходимость применения интеллектуальных инструментов управления, носящих ярко выраженный инновационный характер и направленных на достижение устойчивых долговременных конкурентных преимуществ, а также активное внедрение этих инструментов в систему оперативного и, что более важно, стратегического менеджмента, предъявление предприятиям, руководителям и рядовым работникам высоких требований, что, несомненно, обусловит необходимость коренного изменения самой системы образования, образовательных стандартов, предъявляемых рынком труда.

Литература

1. Кельчевская Н.Р. Интеллектуализация управления как основа эффективного развития предприятия. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2002. 146 с.
2. Токарев В. Гипотеза о новой парадигме управления // Проблемы теории и практики управления. 2001. № 3. С. 115.
3. Янчевский В. О национальной управленческой концепции, качестве персонала и модели управления в начале XXI в. // Управление персоналом. 2000. № 2.

СЕКЦИЯ «АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ»

Р.А. Варфаловская
канд. экон. наук, проф.
(ГУУ, г. Москва)

РЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ РОССИИ НА ОСНОВЕ ВЗАИМНЫХ СВЯЗЕЙ ПРОИЗВОДСТВА, НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

В Российской Федерации достаточно остро стоит проблема создания новой технологической базы промышленного производства. Для этого необходимы системы научно-технической информации, индивидуализации, сетевые организации производства, широкое использование творческого потенциал работников. На базе научной технической информации создаются радикально новые, высокоэффективные продукты и услуги, распространяются новые формы организации деятельности, необходимые для инновационной экономики, инновационному образованию и науки. Необходимость перестройки национальной информационной системы обусловлена новым состоянием международных отношений, требующих структурных изменений в экономике и направленных на переход к инновационной модели роста в рамках современной высокотехнологической промышленности.

В создании современной технологической базы важнейшую роль играет реиндустриализация на базе преимущественного развития высоких технологий, для чего требуется не столько восстановление советской промышленности, сколько качественное обновление технологической основы производства. Таким образом, развитие современного производства невозможно без глубокой интеграции с наукой, производством и образованием в единую систему [1, с. 29]. Советскому союзу, особенно в послевоенный период, удавались масштабные высокотехнологические проекты, которые вызвали активное кластерообразование вокруг новых промышленных производств, организацию научно-исследовательской и образовательной сферы и других структур, что повышало уровень общей и технической культуры и территориального развития производительных сил.

Итогом реализации крупных научно-технических проектов (атомного, космического, оборонного, ЭВМ и многих других) было ускорение социально-экономического развития, мирового лидерства нашей страны по целому ряду показателей. Россия до сих пор пользуется производственно-технологическим заделом, созданным в этих областях именно в советский период на тесном взаимодействии между фундаментальной и прикладной наукой, образованием и реальным материальным производством.

В Японии научно-техническое сотрудничество производства, науки, государства рассматривается в качестве стратегического направления государственно инновационной политики. Так, начиная с середины 90-х гг., в Японии был принят ряд законодательных актов, способствовавших установлению и укреплению связей между частным сектором производства, наукой и государством.

Стратегия приоритетного развития современного высокотехнологического материального производства интегрировано с НИОКР и образования в единые

кластеры, может и должна стать базой импортозамещения и реструктуризации экспорта. Это стратегия импортозамещающего роста экономики использовалось целым рядом различных стран, в первую очередь государствами Латинской Америки (Бразилия, Аргентина и Мексика), а также Азии (Южная Корея, Тайвань), где инструментами стимулирования импортозамещающего роста выступали:

- ограничение на импорт промышленных товаров из других стран;
- протекционистские меры по отношению к национальным производителям;
- снижение цен со стороны государства на национальную продукцию;
- инвестирование удержанных средств от реализации импортозамещающей продукции в модернизацию национальных производств.

В Странах Азии, в том числе Южной Кореи, импортозамещающую политику использовали для укрепления национальной экономики и создания мощного экспортного потенциала. Данная стратегия выглядела как экспортоориентированное импортозамещение. Стратегия импортозамещающего роста в странах Латинской Америки и Азии способствовала индустриализации и быстрому развитию промышленности, снижению зависимости страны от импорта, открытию новых рабочих мест, а также диверсификации экономики. В большинстве стран это стратегия привела к росту экспорта и увеличению в его структуре доли высокотехнологичной промышленности. Количество новых разработанных производственных технологий растет в современный период развития России, но в большинстве случаев они, как новые для страны, не позволяют все же обеспечить конкурентоспособность на внешних рынках. В отличие от стран Латинской Америки, в Советском Союзе уже была создана развитая промышленность, которая, хотя и существенно и уступила свои позиции в ВВП страны в последние годы, все же сохраняет свое определенное влияние на экономику современной России.

Кроме того, исследование Группы Всемирного банка, позволили выявить устойчивую прямую статистическую связь между уровнем рыночной капитализации банковской системы и индустриальным развитием экономики в странах с формирующимися рынками. Чем больше размер капитала первого уровня банковской системы, тем выше уровень возможностей роста производства. Снижение банковского капитала или форс-мажорный крах банковской системы приводит к снижению индустриального развития экономики, вплоть до экономического кризиса.

В соответствии с опытом КНР и стран Юго-Восточной Азии в Российской Федерации уровень коррупции снижается, уровень инновационного потенциала растет, уровень качества инновационного климата улучшается. Успешная реиндустриализация РФ включает задачи экспортоориентированного импортозамещения:

- активная государственная промышленная политика, нацеленная на приоритетное развитие наукоемкого, высокотехнологичного производства и необходимого для этого уровень науки и образования;
- снижение административных барьеров и чиновничьего давления;
- адекватная стимулирующая денежно-кредитная политика Центрального банка РФ и бюджетно-налоговая политика Министерства финансов РФ;
- государственная поддержка экспорта конкурентоспособной промышленной продукции.

В России на данный момент отсутствует программа поддержки высокотехнологического экспорта для частных компаний. Большинство инструментов, поддерживающих национальных поставщиков высоких технологий – это механизмы поддержки госпроектов и компаний с госучастием. Это создает сложности для существенного прорыва российского бизнеса и технологической международной конкуренции.

Литература

1. Варфаловская Р.А. Модели управления конкурентоспособностью российских высокотехнологичных компаний // Сборник материалов международной конференции «Политика, экономика и право в социальной системе общества: новые вызовы и перспективы». Крым, 2016 г. – М.: ООО Научный консультант, 2016. С. 28-33.

С.В. Кравчук
аспирант
(ГУУ, г. Москва)

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ИНОСТРАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) сильно изменили модели ведения бизнеса, как на локальном, национальном, так и международном уровне. Благодаря различным ИКТ, бизнесу стали доступны надежные, безопасные и гибкие инструменты ведения бизнеса. ИКТ увеличили скорость распространения информации, позволили добиться повышения производительности труда и сокращения издержек. Использование последних инноваций в области ИКТ сейчас во многом определяет успешность компании на рынке – этим обусловлено их широкое распространение и быстрый рост.

Цифровая экономика или экономика, основанная на информационных и коммуникационных технологиях, интернационализация, а также изменения в модели ведения бизнеса, привели к тому, что законодательство, разработанное в условиях «меньших» скоростей, часто перестало выполнять свои функции, что часто приводило к двойному налогообложению или неналогообложению.

Основа современных принципов налогообложения, закреплённая в национальном и межнациональном налоговом законодательстве, берет начало в работах Международной торговой палаты и Лиги наций 1920-х гг., а также отчете технического комитета 1927 г. [6].

Тогда, задолго до появления существующих ИКТ, ведение бизнеса в другой стране всегда значило создание обособленного подразделения в этой стране, а также то, что доходы, полученных таким обособленным подразделением, будут облагаться в этой стране. Сейчас, наличие постоянного места ведения деятельности в стране не обязательно. Технологии позволили компании вести бизнес удаленно с минимальным участием человека, а порой и вовсе без его участия. В таких условиях стираются границы между государствами и становится непонятно кто в какой юрисдикции ведет какую деятельность и, соответственно, кем и как доходы от этой деятельности должны облагаться.

Благодаря ИКТ компании стали очень мобильны, что создает риски злоупотребления международными инструментами устранения двойного налогообложения. Компании, пользуясь недостатками сложившейся системы, лишь формально соблюдая требования законодательства, выстраивают корпоративную структуру таким образом, чтобы сократить налоговую нагрузку до минимума. Так, по оценкам Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) потери бюджетов составили от 100 до 240 млрд. долл. ежегодно [7].

Очевидно, для ограничения существующих возможностей злоупотребления правом, сложившаяся на практике система налогообложения компаний требует существенной доработки как на национальном, так и на международном уровне.

Важным шагом на пути реформирования законодательства стал подготовленный ОЭСР комплекс мер в рамках проекта по борьбе с размыванием налоговой базы и перераспределения прибыли [5].

ОЭСР был проведен комплексный анализ существующих в настоящее время правил налогообложения и был сделан ряд предложений по его совершенствованию как на национальном, так и на международном уровне. ОЭСР разработала комплекс мер, однако, в связи с отсутствием полномочий, его внедрением на национальном и международном уровне должны заниматься компетентные органы заинтересованных государств с учетом специфики местного законодательства.

Россия одна из первых стран, которая активно стала реформировать национальное налоговое законодательство, в том числе на основе предложенных ОЭСР мер.

В частности, в России активно ведется разработка законодательства о подготовке и предоставлении межстрановой отчетности, глобальной и национальной документации [1], введены в действие правила о трансфертном ценообразовании [2], контролируемых иностранных компаниях [3, ст. 2], концепция налогового резидентства [3, ст. 2], концепция бенефициарного собственника [3, ст. 1], а также правила налогообложения цифровых услуг физическим лицам [4, ст. 2]. Готовятся поправки в налоговый кодекс, позволяющие осуществлять автоматический обмен налоговой информацией со странами участниками соглашения [1].

Реформы законодательства проводятся в очень сжатые сроки в связи с экономическим кризисом и остро возникшей необходимостью увеличения поступлений в бюджет, часто законы принимаются без достаточного анализа отрасли и учета мнения представителей бизнеса, что приводит к тому, что нововведения содержат противоречия действующему законодательству, или не выполняют своей функции в связи с отсутствием механизмов контроля со стороны налоговых органов.

Очевидно, проводимые правительством реформы необходимы и отражают последние мировые тенденции ведения налоговой политики, однако, для достижения поставленных целей необходимо её более тщательная проработка, а также внесение изменений в уже принятое законодательство.

В частности, требуется уточнение механизма функционирования законодательства в части обложения НДС иностранных организацией, осуществляющие деятельность по предоставлению электронных услуг физическим лицам без образования постоянного представительства. Определения, вводимые налоговым кодексом, непрозрачны, а деятельность в интернете многогранна, что ограничивает применения норма. В связи с предоставленным налоговым кодексом выбором для налогоплательщика места

реализации, вероятно возникнут сложности определения страны, в бюджет которой необходимо уплачивать налог [4, ст. 2]. Но главное, непонятен механизм взимания налога с иностранных организаций, не имеющих банковского счета в России и намеренно отказывающихся от регистрации для целей уплаты НДС [4, ст. 1].

Аналогичная проблема возникает при применении международных соглашений об избежании двойного налогообложения. Действующая редакция налогового кодекса, а также редакция с учетом изменений, вступающих в силу 1 января 2017 г., требует подтверждения права применения соглашения об избежании двойного налогообложения (СОИДН) путем получения подтверждения от получателя дохода наличия права распоряжения этим доходом, однако, при этом не предусматривает механизмов контроля достоверности предоставляемых иностранной компанией заверений. В совокупности это приводит к тому, что для применения СОИДН иностранные компании могут целенаправленно вводить в заблуждение российские компании, предоставляя заверения о наличии права при его фактическом отсутствии. Таким образом, фактически норма накладывает дополнительные обязательства на российские компании и не гарантирует, что норма будет соблюдена де факто, а не только де юре [3, ст. 1].

В иной плоскости находится вопрос совершенствования законодательства о трансфертном ценообразовании (ТЦО). За неполные четыре г. существования многие вопросы применения законодательства остаются неясными, часто возникают споры с налоговыми органами в связи с правомерностью применения законодательства о ТЦО в рамках оспаривания действий налогоплательщика при применении концепции необоснованной налоговой выгоды неуполномоченными на осуществления контроля по ценообразованию налоговыми органами. Неясными остаются многие вопросы подготовки документации о трансфертном ценообразовании – российское законодательство является достаточно общим и не описывает механизмы применения законодательства, при этом применение рекомендаций ОЭСР не является достаточным аргументом при подтверждении соответствия цен рыночному уровню. Требуют уточнения правила о ТЦО в связи с государственным регулированием цен.

Более многогранным является вопрос реформирования концепции постоянного представительства, представленной в налоговом кодексе. В связи с изменением моделей ведения бизнеса необходимо уточнить налоговое законодательство с тем, чтобы деятельность иностранных организаций, которая выполняется в полностью или в значительной степени в автоматическом режиме электронными вычислительными машинами (ЭВМ), находящимися в России, при выполнении значительных для ведения деятельности функций, выполняемых такими ЭВМ могла приводить к возникновению постоянного представительства иностранной организации и обязательства по уплате НДС и налога на прибыль и не рассматривалась как подготовительная или вспомогательная. В частности, для этого необходимо уточнить в законодательстве определение подготовительной и вспомогательной деятельности, пересмотреть изъятия и условия их применения, а также добавить основания возникновения постоянного представительства в связи со значительным цифровым присутствием организации в России. В противном случае, многие компании, ведущие деятельность удаленно, сохранят право не уплачивать в бюджет соответствующие налоги.

Таким образом, необходимо продолжить реформирование налоговой политики с учетом изменившихся условий, моделей ведения бизнеса и

мировых тенденций, а также увеличить уровень взаимодействия с представителями бизнеса для сокращения противоречий, неясностей, а также повышения эффективности вводимого законодательства при минимальном увеличении или сохранении временных затрат на администрирование.

Литература

1. Законопроект "О внесении изменений в часть первую Налогового кодекса Российской Федерации (в связи с реализацией международного автоматического обмена информацией о финансовых счетах и документацией по международным группам компаний)" // Нормативные правовые акты – Официальный сайт для размещения информации о подготовке нормативных правовых актов и результатах их обсуждения URL: <http://regulation.gov.ru/projects#пра=41254> (дата обращения: 20.10.2016).

2. Федеральный Закон Российской Федерации "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием принципов определения цен для целей налогообложения" от 18.07.2011 № 227-ФЗ // Российская газета. 22.07.2011. г. № 159. Ст.1 в ред. от 18.07.2011.

3. Федеральный Закон Российской Федерации "Внесении изменений в части первую и вторую Налогового Кодекса Российской Федерации (в части налогообложения прибыли контролируемых иностранных компаний и доходов иностранных организаций)" от 24.11.2014 № 376-ФЗ // "Российская газета", 28.11.2014, N 272. в ред. от 24.11.2014.

4. Федеральный Закон Российской Федерации "О внесении изменений в части первую и вторую Налогового Кодекса Российской Федерации " от 03.07.2016 № 244-ФЗ // Российская газета. 06.07.2016. г. № 146. в ред. от 03.07.2016.

5. Base Erosion and Profit Shifting // ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT URL: <http://www.oecd.org/tax/beps-actions.htm> (дата обращения: 20.10.2016).

6. Modern Fiscal Issues: Essays in Honour of Carl S. Shoup / R.A. Musgrave, P.B. Musgrave, Под ред. R. M. Bird, J. G. Head. Toronto: University of Toronto Press, 1972. 362 с.

7. Policy Brief Taxing Multinational Enterprises BASE EROSION AND PROFIT SHIFTING (BEPS) // ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT URL: <https://www.oecd.org/ctp/policy-brief-beps-2015.pdf> (дата обращения: 20.10.2016).

Д.В. Меркулов
канд. экон. наук, доц.
Д.В. Ямщиков
студент
(ГУУ, г. Москва)

НОВАЯ ВОЛНА ПРИВАТИЗАЦИИ В РОССИИ

История приватизации в России начинается с 1990-х гг. Одной из главных задач государства была найти оптимального (лучшего) собственника. В контексте рыночной экономики в стране должна преобладать частная

собственность, поэтому был принят закон РФ от 03.07.1991 № 1531-1 (ред. от 17.03.1997) «О приватизации государственных и муниципальных предприятий в Российской Федерации».

В течение нескольких лет активно шла «малая» приватизация, ваучерная приватизация и денежная приватизация государственных предприятий. На сегодняшний день, данный процесс продолжается, так как в руках государства остались крупные пакеты корпораций. Стоит отметить, что приватизация 90-х гг. и нынешняя приватизация имеет ряд отличий. Во-первых, частные корпорации выкупают долю государственных акций другой корпорации. При приватизации 90-х гг. XX в. граждане получали ваучеры, дающие возможность каждому получить несколько акций госпредприятия. Например, в Нижегородской области один ваучер можно было обменять в 1994 г. на 2000 акций ПАО «Газпром». Во-вторых, преследуются совершенно другие цели. Если же в 90-х гг. государство искало оптимального собственника и доли госкомпаний могли приобретать также иностранные компании, то в нынешней приватизации президент России Владимир Путин, поставил фильтр для иностранных инвесторов: миноритарные пакеты акций могут покупать исключительно структуры, находящиеся в российском правовом поле. Данный фильтр стимулирует рост инвестиций со стороны крупных предпринимателей в российскую экономику. Со времён президентства Бориса Ельцина у крупного бизнеса впервые появился стимул вкладывать средства в отечественную экономику.

В программу приватизации попали ряд таких корпораций как ПАО «РЖД», «Ростелеком», «Транснефть» и другие [5]. Данная программа осуществляется по определённой модели. Так, в феврале 2016 г. Минэкономразвития сообщила о том, что у ПАО «Башнефть» есть высокие шансы на приватизацию [1]. Заявки на покупку были поданы такими компаниями как ПАО «Татнефть», ПАО «Роснефть», ПАО «ЛУКОЙЛ», РФПИ. В октябре 2016 г. ПАО «Роснефть» купила 50,08% акций ПАО «Башнефть» [2]. Предполагалось, что в будущем будет возможно продать 19,5% акций Роснефти (уже с купленной долей Башнефти), что принесет в бюджет 704 млрд. руб. [3].

Можно ли считать покупку государственной доли контрольного пакета акций Башнефти Роснефтью приватизацией? Формально – да, можно, так как государственная доля акций была продана частной компании Роснефть. Неформально – нет, так как ПАО «Башнефть» осталась под контролем государства. АО «Роснефтегаз» владеет 69,5% долей уставного капитала ПАО «Роснефть», а АО «Роснефтегаз» находится в 100% федеральной собственности [4].

Таким образом, модель так устроена, что акции выкупают частные корпорации, однако они принадлежат другим корпорациям, которые подконтрольны государству в лице Росимущества (контрольный пакет акций принадлежит Росимуществу). То есть, осуществляя программу приватизации, государство не теряет контроль над стратегическими корпорациями, а также укрепляет отечественный капитал и сдерживает экспансию иностранных экономических агентов в российской экономике. В этом состоит главное отличие от приватизации, проводимой в 90-е гг. Помимо этого данная приватизация предусматривает дополнительные поступления в федеральный бюджет. По вышеописанным прогнозам сделка принесет в бюджет, который находится в критическом положении, 704 млрд. руб., что позволит частично покрыть дефицит бюджета в 2016 г.

Программа приватизации 2016 г. носит, прежде всего, фискальный характер по пополнению федерального бюджета. Она не направлена на поиск лучшего собственника, поэтому изменений в структуре управления, скорее всего, не будет.

Литература

1. Сайт газеты «Коммерсант», «Башнефть» вновь будет выставлена на продажу // [Электронный ресурс]: офиц. сайт. М., 2016 – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2907596> свободный. – Загл. с экрана (дата обращения: 28.10.2016).

2. Сайт «Лента.ру», «Роснефть» выкупила акции «Башнефти» в рамках приватизации // [Электронный ресурс]: офиц. сайт. М., 2016 – Режим доступа: https://lenta.ru/news/2016/10/12/bashneft_privatizatsia/ – Загл. с экрана (дата обращения: 28.10.2016).

3. Сайт «Лента.ру», Приватизация «Роснефти» пополнит бюджет 700 миллиардами рублей // [Электронный ресурс]: офиц. сайт. М., 2016 – Режим доступа: https://lenta.ru/news/2016/10/07/privatiz_rosneft/ – Загл. с экрана (дата обращения: 28.10.2016).

4. Официальный сайт ПАО «Роснефть», Структура акционерного капитала // [Электронный ресурс]: офиц. сайт. М., 2016 – Режим доступа: https://www.rosneft.ru/Investors/structure/share_capital/ – Загл. с экрана (дата обращения: 28.10.2016).

5. Сайт журнала «Forbes», План на триллион: какой будет новая приватизация // [Электронный ресурс]: офиц. сайт. М., 2016 – Режим доступа:

<http://forbes.ru/news/241359-pravitelstvo-soglasovalo-plan-privatizatsii-na-2014-2016-gody-> Загл. с экрана (дата обращения: 28.10.2016).

А.Н. Михайлин
канд. экон. наук, проф.
(ГУУ, г. Москва)

ОСОБЕННОСТИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Импортозамещение предполагает уменьшение или прекращение импорта конкретных товаров путем налаживания их нового или увеличение уже существующего аналогичного производства. Возможно организация выпуска отечественной продукции, удовлетворяющей соответствующие запросы принципиально другим путем (например, вместо деревянной тары – пластиковые изделия, вместо почтовых карет – электронная почта и т. д.).

Импортозамещение может быть результатом самостоятельной инициативы самих предпринимателей как отечественных, так и иностранных, а также совместных предприятий, использующих собственные ресурсы и несущие все риски (французская «Санofi Авентас Восток» построила в России за свой счет предприятие по производству отвечающего мировым стандартам инсулина, российские фермеры создают фермы по разведению страусов и производству запрещенных к ввозу сортов сыра).

С другой стороны, Правительство РФ в 2014 г. приняло программы импортозамещения по софту для государственных учреждений. По

государственному заказу и закупкам, по лекарствам и медицинскому оборудованию для государственных больниц и поликлиник. Во многом эти программы являются вынужденными, обусловлены падением мировых цен и государственных доходов, резким удорожанием любого импорта в результате 100% в 2014 г. обесценивания рубля, а также антироссийских санкций.

В КНР импортозамещение было инициативным, глубоко продуманным, сбалансированным, поэтапным процессом. В 1978 г. импортозамещение было составной частью государственной программы «Факел», которая предусматривала создать в течение 20 лет «с нуля» собственное самолетостроение, электронику и электротехнику, автомобилестроение и т.д. в том числе на основе широчайшего привлечения через свободные экономические зоны и «открытые морские порты» прямых иностранных инвестиций в форме совместных предприятий (в России до сих пор преобладают «дочки» иностранных компаний). С самого начала импортозамещение в КНР было ориентировано на крупномасштабный экспорт отечественной продукции в целях достижения оптимальных масштабов серийного производства, часто превышающих рамки внутренних платежеспособных рынков, даже китайского. Нельзя забывать, что любая изоляция внутреннего рынка (опора на «собственные силы») означает уменьшение прогрессивной роли международной конкуренции, заставляющей снижать удельные затраты, повышать качество выпускаемой продукции, регулярно обновлять и дифференцировать ассортимент выпускаемой продукции в соответствии с меняющимися запросами потребителей и вызовами со стороны существующих и потенциальных конкурентов.

Наиболее успешно импортозамещение в РФ происходит в сфере производства сельскохозяйственной продукции. Доля импорта в потреблении свинины в России уменьшена с 36,4% в 2012 г. до 6,2% в середине 2015 г., по говядине это соответствие 62,6% и 42,5%, маслу животных 29,0% и 19,8%, рыбе 22% и 20%, сырам 42,2% и 21%, сухому молоку и сливкам она выросла 36,9% и 57,0%. А вот по электрооборудованию она составила в середине 2015 г. – 90%, станкостроению 85%, тяжелому машиностроению 80%, мебели – 57%, автомобилям – 32%. Такое различие связано не только с различиями в сложности, наукоемкости, капиталоемкости производства, но и неуверенностью бизнеса в будущем, сохранением бюрократизма, сложностью получения «длинных дешевых» денег, а также дефицита квалифицированной рабочей силы.

Огромной проблемой импортозамещения в России остается инерционность, традиционное преклонение значительной части населения перед всем иностранным (наследие 70 летней изоляции потребителей в СССР от мирового рынка). К сожалению, зачастую сохраняются еще в ряде случаев и существенные отличия по качеству между отечественными и зарубежными товарами. Непросто российскому автомобилисту после нескольких лет езды на «иномарке» снова сесть за руль «автовазовской модели». Еще хуже дело с гражданскими пассажирскими авиалайнерами. В 2015 г. Объединенная авиастроительная корпорация изготовила всего 25 региональных «Суперджет-100». Но этот авиалайнер трудно назвать отечественным, т.к. 70% узлов и деталей изготовлены 14 иностранными фирмами. Широко известны проблемы качества, отличающие отечественные лекарства не в лучшую сторону от зарубежных прототипов.

Нам представляется, что больше внимание в организации импортозамещения в России следует уделять повышению действенности особых экономических зон и территорий опережающего развития, внутри

которых должен быть создан действительно благоприятный инвестиционный климат, в том числе в целях более эффективного привлечения реальных, а не офшорных прямых иностранных инвестиций. Надо стремиться к созданию с зарубежными партнерами большего числа совместных предприятий (как это было сделано в КНР в свободных экономических зонах).

А.А. Рыжова
(ГУУ, г. Москва)

СРАВНЕНИЕ ШКОЛ И МЕТОДИК ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Изучению техники оценки финансового состояния предприятия способствует обширная методологическая база западных (Э. Хелферт, З.С. Блага, Л. А. Бернстайн, Ж. Ришар и др.) и российских (В.В. Ковалев, Г.В. Савицкая, А.Д. Шеремет, О.В. Ефимова, И.Т. Балабанов и др.) ученых-экономистов. Ежегодно этот перечень пополняется новыми именами исследователей – М.В. Юревич, Н.В. Бакихина, А.Ф. Иваненко, А. Синягин, Ю.А. Михайлов, Н.Н. Белоусова и др. [1, с. 8].

Ярким представителем российской школы финансового анализа является профессор В. В. Ковалев. В.В. Ковалев выделяет такие направления анализа финансового состояния предприятия, как финансовая устойчивость, деловая активность, рентабельность, ликвидность. В то время как В.А. Малич к ним относит платежеспособность, финансовую устойчивость [2, с. 56].

Приоритетным направлением анализа у большинства российских авторов является финансовая устойчивость и независимость. Кроме того, часто в научных трудах встречаются такие направления анализа, как анализ платежеспособности, финансовой независимости (устойчивости, стабильности), анализ деловой активности (эффективности использования капитала), рентабельности (прибыльности, доходности), анализ ликвидности. Данные направления можно охарактеризовать, как основные, при проведении анализа финансового состояния предприятия [3, с. 57].

Гораздо реже ученые используют такие структурные элементы анализа, как оценка потенциального банкротства (по методике Г.А. Савицкой), анализ кредитоспособности (по методике Г.А. Савицкой), анализ состояния запасов организации (по методике В.А. Малича). По мнению Г.В. Савицкой и В.В. Ковалева, особое внимание необходимо уделить расчету порога рентабельности и запаса финансовой устойчивости [5, с. 278].

По мнению большинства российских авторов, целесообразно выделение в составе анализа финансового состояния следующих основных структурных элементов:

- имущественное состояние предприятия;
- степень предпринимательского риска;
- достаточность капитала для текущей деятельности и долгосрочных инвестиций;
- потребность в дополнительных источниках финансирования;
- способность к наращиванию капитала;
- рациональность привлечения заемных средств;
- обоснованность политики распределения и использования прибыли.

Необходимо отметить, что методики анализа финансового состояния предприятия, изложенные в работах А.Д. Шеремета, Е.В. Негашева, В.В. Ковалева, О.В. Ефимовой, Г.В. Савицкой, предназначены, в первую очередь, для внутренних пользователей финансовой отчетности (работники бухгалтерских служб предприятий, менеджеры, финансовые директора, аудиторы) [4, с. 134].

Методики проведения анализа финансового состояния, предлагаемая А.Д. Шереметом, Р.С. Сайфулиным, Е.В. Негашиным предназначена для обеспечения управления финансовым состоянием предприятия и оценки финансовой устойчивости его деловых партнеров в условиях рыночной экономики. Данная методика включает следующие блоки анализа: общая оценка финансового состояния и его изменения за отчетный период, анализ финансовой устойчивости предприятия, анализ ликвидности баланса, анализ деловой активности и платежеспособности предприятия.

Зарубежная школа финансового анализа известна по научным трудам таких специалистов, как Э. Хелферт, Ж. Ришар, З. Блага, Л. Бернштейн, Л. Коробов, О. Штур, Д. Мартин, М. Браун.

С точки зрения профессора Л.А. Бернштейна, «...оценка финансового состояния – это процесс, который имеет своей целью оценку текущего и прошлого финансового положения и результатов деятельности предприятия, при этом первоочередной целью является определение оценок и предсказаний относительно будущих условий и деятельности предприятия» [8, с. 97].

По мнению французского ученого Ж. Ришара оценка финансового состояния представляет собой комплексное изучение результатов хозяйственной деятельности, в первую очередь, рентабельности [7, с. 149].

Профессор Э. Хелферт в своей работе «Техника финансового анализа» (2003 г.) отмечает, что «...анализ состояния и деятельности предприятия является сложным и многогранным процессом, требующим четкого определения точки зрения, с которой он проводится...», а также акцентирует внимание на том, что «...многие показатели деятельности различным образом связаны между собой, и их качественный анализ требует досконального понимания связей между ними...» [6, с. 297]. В своей работе «Техника финансового анализа» автор делает акцент на необходимость изучения всех результатов деятельности предприятия, включая ликвидность, рентабельность, финансовую устойчивость, рентабельность и деловую активность. Комплексное изучение финансовых показателей с учетом рисков вида деятельности способствует получению объективных результатов о состоянии организации.

Необходимо отметить, что представители западной школы экономического анализа – У. Бивер, Э. Альтма, Д. Дюран, главным показателем финансового состояния организации считают платежеспособность и финансовую устойчивость.

Финансовая устойчивость предприятия характеризуется распределением и использованием финансовых ресурсов, обеспечивающих развитие предприятия на основе роста прибыли и капитала при сохранении платежеспособности и кредитоспособности предприятия в условиях допустимого уровня риска.

Платежеспособность характеризует способность экономического субъекта в полном объеме отвечать по своим долговым обязательствам к определенному сроку. В свою очередь, платежеспособность является ключевым параметром, свидетельствующем об устойчивом финансовом состоянии предприятия.

Оценка финансового состояния позволяет ответить на вопрос: насколько правильно предприятие управляет финансовыми ресурсами? Необходимо отметить, что состояние финансовых ресурсов должно соответствовать требованиям рынка и отвечать потребностям предприятия, поскольку недостаточная финансовая устойчивость может привести к неплатежеспособности предприятия и отсутствию у него средств для развития производства, а избыточная – препятствовать развитию, отягощая затраты предприятия излишними запасами, резервами и расходами.

Необходимо отметить, что по вопросу платежеспособности российские (А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев, В.В. Ковалев, О.В. Ефимова, Г.В. Савицкая) и западные (Э. Хелферт, З. Блага, Л. Бернштейн) ученые-экономисты сходятся во мнении о необходимости всестороннего изучения данного показателя при оценке финансового состояния предприятия.

Таким образом, по результатам изучения методик российских и западных ученых, а также официальных издания, можно сделать следующие выводы:

- в большинстве методик не представлено четкое разграничение анализа платежеспособности и ликвидности;
- приоритетными направлениями оценки финансового состояния российские и зарубежные авторы называют платежеспособность, финансовую устойчивость и ликвидность;
- нормативы показателей имеют общее значение без учета отраслевых и индивидуальных особенностей предприятия;
- отличается количество показателей, предлагаемых для оценки основных направлений финансового состояния в разных методиках (часто при анализе важно качественное содержание показателей, а не количество рассчитанных коэффициентов).

Литература

1. Хрипливый Ф. П., Хрипливый А. Ф.: Сравнительный анализ методов оценки финансового состояния // Научный журнал КубГАУ. 2012. № 81(07).
2. Павленков М., Смирнова Н.: Инструменты оценки финансовой устойчивости // Управление предприятием. 2011. № 2 (48). С. 2-4.
3. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. М.: Финансы и статистика, 2009.
4. Шеремет А.А. Теория экономического анализа. М.: ИНФРА-М.2006. – 365 с.
5. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК. М., 2005. 650 с.
6. Э. Хелферт. Техника финансового анализа. 10-е изд. / Э. Хелферт. – СПб.: Питер, 2003. 640 с.
7. Ж.Ришар. Аудит и анализ хозяйственной деятельности предприятия. М.: ЮНИТИ. 1997. 375 с.
8. Л. А. Бернштейн. Анализ финансовой отчетности. М.: Финансы и статистика. 2003. 624 с.

А.А. Сазанова
магистрант
(ГУУ, г. Москва)

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ

Современная экономическая система характеризуется рядом особенностей, в том числе повышением роли и влияния проектов и проектной деятельности. Отличительной характеристикой проекта является его ограниченность во времени и пространстве [1, с. 20]. Проектная подсистема стала важной составляющей экономической системы в целом, поскольку ее продуктом является «преобразование самой экономической системы» [1, с. 21], а целью деятельности – достижение конкретного результата. Проекты присутствуют во всех сферах деятельности: производственной, сфере услуг и др., поэтому совершенствование теории и практики управления проектами актуально для успешного развития экономики страны в целом.

В российской хозяйственной среде можно увидеть как уже зрелые, опытные компании, специализирующиеся на управлении проектами, например, «Проектная практика» (<http://pmpractice.ru>), так и молодые, динамично развивающиеся, например, «Монитор Директ» (<http://www.monitordirect.ru>). Это свидетельствует об интересе бизнеса к проектной деятельности, об относительно небольших входных барьерах на рынок проектных услуг, а также о том, что управление проектами – перспективная сфера для малого и среднего бизнеса.

Сравнительный анализ деятельности российских проектных компаний, находящихся на разных стадиях жизненного цикла позволяет выявить развитие направлений их деятельности, требования, предъявляемые к персоналу. Это, в свою очередь, позволит определить требования к профессиональным знаниям и навыкам студентов / выпускников российских вузов и бизнес-школ [4] со стороны проектных компаний.

На примере компании «Монитор Директ» мы видим, что молодые проектные компании, как правило, начинают свою деятельность с создания call-центра, что позволяет оказывать клиентам такие услуги как «Виртуальный офис», «Прием заказов», «Проведение социологических опросов» и др. Клиентами таких компаний являются банки, страховые компании, а также торговые и производственные компании, заинтересованные в продвижении на рынок нового товара. Отдельные проекты могут быть кратко- и среднесрочными, но повторяющимися и потому сотрудничество с конкретным клиентом – средне и долгосрочным. Компании в стадии зрелости, такие как «Проектная практика», предлагают клиентам более масштабные по охвату и глубине проекты, к которым относятся: управление инвестиционным портфелем, управление выделенным проектом, управление программами, консалтинговые услуги, управление проектным офисом. Зрелые проектные компании уделяют внимание развитию стратегического планирования и управления, используя как зарубежный, так и российский опыт [3]. Солидная методологическая, теоретическая и практическая подготовка персонала подтверждается, как правило, международной сертификацией. Клиентами зрелых проектных компаний являются крупные производственные компании, банки, финансовые и страховые компании, органы государственной власти, министерства и ведомства. Объединяет проектные компании на разных

стадиях жизненного цикла использование аутсорсинга как инструмента своей деятельности.

Молодые компании заинтересованы в молодом, динамичном, способном к обучению персонале с первичными профессиональными навыками (грамотная устная речь, умение вести диалог, выдержка, стрессоустойчивость и т.п.), место жительства которого значения не имеет, т.к. call-центры могут быть размещены в различных городах России. Зрелые компании в большей степени заинтересованы в высококвалифицированной опытной команде, поскольку именно специфические профессиональные знания и навыки специалистов компании являются источником ее прибыли. Таким образом, кадровая политика зрелых и молодых проектных компаний различна: первые делают ставку на профессиональный опыт и узкопрофессиональные знания, а вторые – на гибкость и обучаемость молодых специалистов.

Специфика деятельности и различия в приоритетах HR-политики проектных компаний формируют определенные вызовы для рынка труда и образовательных программ российских вузов. В частности, студенты 2-3 курса должны обладать грамотной устной и письменной речью, развитым лексическим аппаратом, умением вести диалог / переговоры, основами знаний в области проектной деятельности. Это необходимо для освоения основ будущей профессиональной деятельности на практике / стажировке и т.п. По мере продвижения по карьерной лестнице (и по завершении обучения в вузе), становятся востребованы такие характеристики как профессиональные знания в области логистики, управления проектами различных типов, навыки ведения переговоров, эмоциональный интеллект, владение иностранным языком и др. В дальнейшем для профессионального роста актуальным является повышение квалификации в крупных и зарубежных компаниях и получение международных профессиональных сертификатов.

Конкурентоспособность российских вузов определяется соответствием содержания их образовательных программ вызовам рыночной среды [2], а потому для развития самой проектной деятельности и образовательных программ в этой сфере вузам необходимо, на наш взгляд, тесно сотрудничать с проектными компаниями по вопросам формирования профессиональных знаний, умений, навыков, предлагая как базовые образовательные программы (бакалавриат, магистратура), так и программы повышения квалификации / профессиональной переподготовки, в том числе, для получения международных профессиональных сертификатов.

Литература

1. Клейнер Г.Б. Эволюция ведущих парадигм современной экономической науки // Институциональная экономика и современное управление: монография / под ред. чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнера. М.: Издательский дом ГУУ, 2016. 362 с. С. 10-29.
2. Муравьева Е.В. Институциональная среда образования и конкурентоспособность образовательных услуг российских вузов / Е.В. Муравьева, С.Л. Сазанова // Управление. 2016. № 3 (13). С. 26-30. DOI: 10.12737/18797.
3. Рожкова Е.В. Стратегический менеджмент: становление и развитие / Е.В. Рожкова, А.А. Сазанова // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2016. № 5. С. 201-203.
4. Сазанова С.Л. Бизнес-образование, институт предпринимательства и предпринимательская деятельность в современной России / М.В. Маркова, С.Л. Сазанова // Управление. 2016. № 1 (11). С. 79-83. DOI: 10.12737/18797.

С.Л. Сазанова
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

РОЛЬ НОВОЙ ПАРАДИГМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ В ФОРМИРОВАНИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ

На эволюцию экономической науки в XX – начале XXI вв. оказали влияние различные факторы из области научного знания, хозяйственной практики, профессионального научного сообщества. Эволюционные изменения затронули не только сферу теоретического и прикладного инструментария, но и саму парадигму экономической теории. Парадигма – это особое видение предметной области экономической теории и смежных областей знания, последовательно включающее в круг рассмотрения все более обширный перечень экономических явлений и образований и формирующее «картину мира» [1]. Парадигма является «платформой» всего комплекса методологических и теоретических положений той или иной научной школы, определяя научное мировоззрение исследователя, его «картину мира», а также направление, содержание и результаты исследований.

Парадигма формирует мировоззрение не только самого исследователя, но и профессионального сообщества управленцев, экономистов, государственных служащих, политиков, общества в целом. Неоклассическая парадигма, господствовавшая в экономической теории до 1980-х гг., представляет экономику как совокупность полностью рациональных взаимодействующих *агентов* (физических или юридических лиц), осуществляющих в свободном, непрерывном и неограниченном экономическом пространстве производство, распределение, обмен и потребление экономических благ. Согласно институциональной парадигме межагентское пространство наполнено разнообразными институтами – формальными и неформальными правилами, соглашениями, общепринятыми традициями, нормами, ценностями [5] и т.п. В эволюционной парадигме популяция агентов и институтов развивается в многопериодном ракурсе, популяциями, относящихся к разным периодам, осуществляется с помощью механизмов наследования признаков, аналогичных биологическим [1].

На рубеже XX-XXI вв. в национальных и глобальной экономике произошли значительные изменения, в том числе: возросло влияние межфирменной «среды» на деятельность экономических субъектов; появились новые типы экономических субъектов – медийных (средовых) организаций (рейтинговые агентства, аудиторские и консалтинговые компании); «средовые» стали формировать ожидания экономических субъектов, оказывая влияние на экономическую систему в целом; возросла роль проектов (проектных систем) в экономическом развитии. Но ни неоклассическая, ни институциональная, ни эволюционная парадигмы не могут объяснить новую реальность, т.к. проекты, процессы и медийные системы не имеют традиционной организационной формы фирмы или некоммерческой организации. Таким образом, возникли предпосылки новой экономической парадигмы, «картина мира» которой включала бы в качестве главных объектов исследования новые явления, а исследовательский аппарат был бы пригоден как для исследования организаций, сред, процессов и проектов и анализа особенностей их

взаимодействия в экономике [1]. Такой парадигмой обладает активно развивающаяся в настоящее время системная экономика.

Парадигмальные изменения в экономической теории, на наш взгляд, должны найти отражение в общественном сознании, в мировоззрении бизнесменов и политиков. Однако в настоящее время лишь отдельные аспекты этих изменений нашли отражение в программах университетской подготовки управленцев, экономистов, государственных служащих. В большинстве российских университетов учебные курсы экономической теории ограничиваются неоклассической парадигмой и включает разделы микро- и макроэкономики. В отдельных ведущих столичных и региональных университетах (НИУ ВШЭ, Финансовый университет при Правительстве РФ, Южный федеральный университет и некоторых др.) неоклассическая парадигма дополняется элементами институциональной, реже – эволюционной и системной парадигм (ЦЭМИ РАН, Финансовый университет). Институциональным ограничением актуализации содержания курсов экономической теории долгое время служили государственные образовательные стандарты бакалавриата и магистратуры [3]. Переход к новым стандартам 3++ снимает эти ограничения, открывая возможности обновления содержания экономической теории с учетом вышеописанных парадигмальных изменений.

Современный предприниматель, бизнесмен, государственный служащий для того, чтобы осуществлять успешную, эффективную и устойчивую хозяйственную и профессиональную деятельность в сложной и многогранной экономической среде должен обладать управленческим мышлением, основанном на комплексном понимании экономических и хозяйственных процессов / явлений [4]. Формирование такого управленческого мышления невозможно без обновления содержания университетского учебного курса экономической теории, обогащенной положениями неоклассической, институциональной, эволюционной и системной парадигм. Особенно важна актуализация содержания курса экономической теории для развития отечественного предпринимательства [6], возрождения его исторически сложившихся ценностей и совершенствования предпринимательских практик.

Литература

1. Клейнер Г.Б. Эволюция ведущих парадигм современной экономической науки // Институциональная экономика и современное управление: монография / под ред. чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнера. М.: Издательский дом ГУУ, 2016. 362 с. С. 10-29.
2. Мокий М.С. Методология научных исследований : учебник для магистров / М.С. Мокий, А.Л. Никифоров, В.С. Мокий / под ред. М.С. Мокия. М.: Издательство Юрайт, 2016. 255 с. Серия: Магистр.
3. Муравьёва Е.В. Институциональная среда образования и конкурентоспособность образовательных услуг российских вузов / Е.В. Муравьёва, С.Л. Сазанова. // Управление. 2016. № 3 (13). С. 26-30. – DOI: 10.12737/18797.
4. Сазанова С.Л. Бизнес-образование, институт предпринимательства и предпринимательская деятельность в современной России / М.В. Маркова, С.Л. Сазанова // Управление. 2016. №. 1 (11). С. 79-83. – DOI: 10.12737/18797.
5. Сазанова С.Л. Институты и ценности хозяйственной деятельности // Институциональная экономика и современное управление: монография / под ред. чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнера: Государственный университет управления. М.: Издательский дом ГУУ, 2016. 362 с. С. 122-130.

6. Сазанова С.Л. Становление и развитие предпринимательства и предпринимательской деятельности в России в XVII-XXI вв. // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2016. № 6. С. 40-46.

П.С. Толкачев
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

РОССИЯ: В ПОИСКАХ ПУТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

В 1889 г. вышла брошюра Сергея Юльевича Витте (1849-1915), тогда еще начинающего российского государственного деятеля, под названием «Национальная экономия и Фридрих Лист». В ней С.Ю. Витте высоко оценил работу Ф. Листа («Национальная система политической экономии»), который решительно отвергал индивидуалистический (либеральный) подход к экономике, прокламируемый неоклассиками, и выдвигал на первое место интересы нации в целом. Вслед за Фридрихом Листом Витте утверждал, что экономическая теория за начало координат должна принимать идею именно национального хозяйства – хозяйства как целого и находить способы его сохранения и развития.

В 1912 г. Витте переиздал свою работу под названием «По поводу национализма. Национальная экономия и Фридрих Лист». В ней он, в частности, говорил: «Между отдельным человеком и человечеством существует еще особая экономическая единица – нация. Эта единица представляет собою нечто органически целое, связанное верою, отдельностью территории, кровью, языком, литературою и народным творчеством, нравами и обычаями, государственными началами и учреждениями, инстинктом самосохранения, стремлением к независимости и прогрессу и проч. Единицы эти не выдуманы людскою фантазиею или капризом, а сложены исторически, самую природою и законами общежития. Они составляют необходимое условие общечеловеческого развития» [1, с. 65].

После распада СССР это, прежде незыблемое, понятие мирового хозяйства как гармоничной системы национальных экономик стало разрушаться. Запад стремился достичь гегемонии на мировой хозяйственной и политической арене. Рожденный им (и исходивший прежде всего от США) вектор глобализации вступил в неприкрытую борьбу с прежней формой мирового хозяйства, базирующегося на независимости национальных экономик.

Однако восстановление в 2000-е гг. российского экономического (и военного) потенциала приостановило данный процесс. На международную сцену вышла новая Россия, бросившая вызов глобализационному тренду. После известных событий на Украине и в Сирии свободное продвижение глобализации прекратилось. Стало очевидным, что Запад все более утрачивает свои былые экономические (и военные) преимущества. А вместе с этим стала ослабевать и его способность регулировать все мировое хозяйство. В мировой истории на смену прежней западной гегемонии пришла новая фаза – **наступила эпоха политической и экономической неустойчивости.**

В этих новых исторических условиях у России не остается никакого другого выбора, кроме быстрого укрепления собственного национального экономического потенциала. Разумеется, речь не может идти об экономической

автаркии. Напротив, международные экономические связи необходимо расширять и укреплять. Однако последние не должны стать ловушкой для нашей экономики в случае обострения мировой обстановки. Россия обязана иметь такой хозяйственный потенциал, который позволял бы ей уверенно переживать любой мировой экономической и политической кризис.

На сегодняшний день Россия подобным потенциалом еще не обладает. Причем минусы наблюдаются именно в главных отраслях – промышленности (особенно в машиностроении) и сельском хозяйстве. Полное восстановление, образно говоря, боеспособной отраслевой структуры российской экономики – **главная задача экономического развития страны на современном этапе.**

Решение этой задачи напрямую зависит от наличия движущих сил экономического развития. На настоящий момент Россия в полной мере может опереться только на частную инициативу. На это и нацеливается нынешняя государственная экономическая политика. Однако история развития России после 1991 г. показывает, что, как и в период НЭПа, частный бизнес не способен в короткие сроки решить крупные национальные хозяйственные задачи. А именно перед этим фактом стоит наша страна. Поэтому сегодня Россия остро нуждается в новой идее, которая бы явилась движущей силой общенародного рывка, способного в сжатые сроки устранить все имеющиеся хозяйственные недостатки.

Поиск и нахождение *новой идеи* экономического развития России является **главной духовной задачей нашего поколения.**

Литература

1. Витте С.Ю. По поводу национализма. Национальная экономия и Фридрих Лист. СПб., 1912. С. 75.

А.А. Хапиков
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

АЛЬТЕРНАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ ИНТЕГРАЦИИ РОССИИ В МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ

Новый подход к социально-экономическим реформам России базируется на следующих положениях:

- Исторический тренд движения России в условиях глобализации ведет в тупик самоизоляции;
- Стандартные либеральные модели угрожают социальной и политической дефрагментацией страны;
- Необходимо четко сформулировать препятствия для эффективной интеграции в глобальную экономику.

На основе этих положений предлагается стратегия частно-государственного партнерства по формированию экономического кластера национальной экономики эффективно интегрированного в глобальную экономику.

Предлагаемая стратегия предусматривает эффективную интеграцию экономики России в глобальную экономику, то есть формирование условий для создания современных высококонкурентных производств с высокой долей

добавленной стоимости, интегрированных в глобальные производственные цепи («made-in-world»).

Необходимость разработки и внедрения такой стратегии обосновывается бесперспективностью стратегии инерционного движения и стратегии, основанной на использовании стандартных либеральных моделей развития.

Рассматриваются основные барьеры на пути реализации предлагаемой стратегии (неудачное географическое расположение основных зон экономической активности, нехватка собственных финансовых ресурсов) и пути их преодоления на основе частно-государственного партнерства.

Современное положение дел в национальной экономике России без сомнения кризисное. Это подтверждают объективные показатели, по которым принято оценивать динамику национальной экономики, можно упомянуть динамику ВВП (-3,8% за 2015 г., по данным Росстата), индекс инфляции (11% за 2015 г., по данным Росстата), уровень безработицы (около 5%, что относительно немного, но эксперты подозревают высокий уровень скрытой безработицы). Однако эти показатели достаточно точно оценивают динамику экономики в рамках стандартного экономического цикла. Если экономика России находится на фазе спада такого цикла, то стандартные же меры фискальной и монетарной политики национальных регуляторов, должны с высокой вероятностью вывести экономику на траекторию роста в перспективе нескольких лет. Тем не менее из уст министра финансов России можно услышать о перспективе десятилетия неопределенно низкой экономической динамики («Ситуация носит долгосрочный характер. Мы видим, что таких отскоков с точки зрения улучшения платежного баланса, как это было в прошлые сложные моменты, мы не ожидаем. Поэтому мы готовимся к длительной работе в нынешних условиях», – сказал министр финансов России Антон Силуанов на расширенном заседании коллегии Федерального казначейства (цитата по ТАСС) [1], и это не единственное высказывание в такой тональности.

Если же расширить рамки временного анализа хотя бы до 2009-2016 гг., то появляются основания подозревать, что экономика России столкнулась не с очередной волной конъюнктурного спада, а с более фундаментальными барьерами на пути своего развития.

Известна работа по классификации и анализу природно-географических и социально-экономических факторов в современном мире и их влиянию на уровень социально-экономического развития [2]. В ней собран богатый доказательный материал по данной теме, хотя по мнению автора этой работы совокупность рассмотренных ими факторов достаточно благоприятна для России, тем не менее, не ясно что препятствует успешной реализации потенциала российской экономики.

В данной статье автор предлагает стратегию отличную от стратегий, выстраиваемых в русле стандартных дирижистских или либеральных подходов.

В качестве наиболее известного либерального подхода к стратегии развития следует безусловно упомянуть широко известный «Вашингтонский консенсус» [3]. По мнению автора ни один из десяти пунктов этого документа по отдельности, не может быть признан ошибочным, но основной проблемой является отсутствие в нем мер, учитывающих особенности конкретной национальной экономики.

В качестве примера дирижистской стратегии автор рассматривает «Прогноз долгосрочного социально-экономического развития российской федерации на период до 2030 года». Он был разработан министерством

экономического развития РФ в 2013 г. и является последним официальным документом, посвященным этим вопросам.

По мнению автора, основной недостаток этого прогноза, как и многих предыдущих, состоит в том, что недостаточно полно учитывается изменившийся характер глобальной экономики, ключевым фактором успеха в которой является эффективная и гибкая интеграция национальной экономики в глобальную систему международных экономических и производственных отношений.

При стандартном подходе в стратегическом анализе и планировании необходимо определить начальное местоположение в некоторой явно определенной системе координат, затем в этой же системе координат определить целевые точки или рубежи, и затем начать разработку стратегической траектории, с учетом возможных барьеров между начальным местоположением и целевыми ориентирами.

В данной работе автор взял для анализа четыре страны и попытался выработать стратегию изменения позиции Российской Федерации относительно трех остальных стран. Кроме Российской Федерации, рассматриваются экономики США, ФРГ, КНР.

Экономика США взята для сравнения, так как эта экономика является крупнейшей в мире, по показателю ВВП, и именно она демонстрирует наиболее инновационный вектор экономического развития (показатель расходов на НИОКР).

Экономика КНР является второй по размерам ВВП экономикой в мире, характеризуется впечатляющими темпами экономического роста, и кроме того является крупнейшим участником мировой торговли, и крупным торговым партнером России.

Экономика ФРГ заметно уступает по размерам ВВП экономик США и КНР, но может быть сопоставлена по этому показателю с экономикой России, её место в мировой торговле также в числе лидеров, эта экономика также крупный торговый партнер России.

Экономика России занимает место в первой десятке стран по размерам ВВП, значительно уступает, перечисленным выше экономикам по вкладу в мировую торговлю.

Приведенные выше характеристики национальных экономик, должны объяснить выбор их в качестве целевых ориентиров при выработке стратегии развития России.

В качестве системы координат для выработки стратегии автор предлагает два показателя: ВВП на душу населения и среднегодовые темпы экономического роста. Оба эти показателя, не являясь валовыми показателями, характеризуют эффективность экономики и её динамический потенциал, что в большей степени соответствует задаче, поставленной авторами – поиску стратегии эффективной интеграции России в глобальную экономику.

Стратегическая цель – перейти в группу стран с высоким показателем ВВП на душу населения, для чего необходимо резко увеличить темпы экономического роста. Если принять за целевое значение уровень ВВП на душу населения в 51 000 USD, то для достижения этого показателя за 15 лет необходимые темпы роста составят не менее 9,6% в год. Это исключительно высокое значение, тем не менее не является нереалистичным. Современная экономическая история знает подобные примеры (Япония – 50-60 гг., Китай – 90 гг.). Следовательно, встает вопрос, что может быть драйвером подобного роста. Экономическая теория предлагает четыре варианта:

1. Рост за счет роста внутреннего потребительского спроса;
2. Рост за счет роста государственных расходов;
3. Рост инвестиций;
4. Рост экспорта

Внутренний потребительский спрос как рассматривается как оптимальный источник роста в долгосрочных периодах, однако, не для показателей в 9-10%, особенно с учетом умеренной численности населения России (около 143 млн. чел. и низкой и неустойчивой динамикой демографического роста).

Рост за счет государственных расходов в долгосрочных периодах чреват неконтролируемым ростом государственного долга и ограничением регулирующих функций государства в экономике.

Рост инвестиций является эффективным фактором экономического развития страны, однако, в долгосрочных периодах, для обеспечения целевых показателей в 9-10% он потребует привлечения значительных объемов иностранных инвестиций (по оценке авторов до 1 трлн. долл. в год, таких инвестиционных ресурсов внутри Российской Федерации нет).

Рост экспорта как показывают истории успешного экономического развития многих экономик современного мира (Япония, Германия, Китай, страны ЮВА) является тем фактором, который должен лежать в основе экономической стратегии, рассчитанной на долгосрочный период.

Таким образом общая стратегическая схема может выглядеть следующим образом:

Первый этап: Государственные программы институциональных и инфраструктурных преобразований, имеющих целью расширенное привлечение прямых иностранных инвестиций в указанных выше масштабах.

Второй этап: Использование потока входящих прямых иностранных инвестиций для расширенного экспорта российской продукции на внешние рынки. На этом этапе должны быть реализованы основные цели стратегии, т.е. выход на темпы экономического роста 9-10%.

Третий этап: Подключение к экономическому росту внутреннего потребительского спроса, для придания экономической динамике достаточной устойчивости.

Основные экономические барьеры на пути реализации такой стратегии являются проблемы привлечения прямых иностранных инвестиций в достаточных масштабах и обеспечение экспорта продукции из России на конкурентных условиях.

За прошедшие 25 лет эти задачи не были решены. По мнению авторов, это было обусловлено неверным выбором целей привлечения иностранных инвестиций. Неявно предполагалось, что эти инвестиции должны способствовать решению внутренних экономических и социальных проблем страны, тогда как очевидно, что целью любого частного инвестора является получение прибыли. Действительно, прямые иностранные инвестиции в России присутствуют именно там, где возможно получение прибыли, и в тех масштабах, которые оправдываются ожидаемыми размерами этой прибыли. Как правило, это сектора добывающей промышленности и сектора, нацеленные на удовлетворение внутреннего потребительского спроса. Соответственно, и эффект от их привлечения получается весьма ограниченным. Значительное расширение масштабов привлечения прямых иностранных инвестиций возможно, если будет доказан экспортный потенциал продукции, произведенной с привлечением этих инвестиций.

Это обстоятельство, – ограниченность возможностей экспорта, произведенной в России продукции, и является вторым, и, пожалуй, самым главным барьером на пути реализации предлагаемой стратегии.

Исследование WTO, посвященные формированию глобальных цепочек добавленной стоимости содержит данные об эффективности вовлеченности в такие цепочки различных стран участников WTO.

Приведенные данные иллюстрируют важную проблему российской экономики, её экспортный потенциал в области обрабатывающей промышленности в настоящее время неконкурентоспособен по сравнению с ведущими участниками, и это ограничивает возможности привлечения прямых иностранных инвестиций в промышленность и экономику России.

Приведенные выше данные иллюстрируют барьеры в доставке произведенной в стране продукции на экспорт до национальных границ, в первую очередь морских, так как именно морская торговля обеспечивает в современном мире основной поток грузооборота продукции обрабатывающей промышленности. Поэтому следует добавить данные World port ranking 2014 из которых следует, что Россия фактически не имеет крупных портов для экспорта своей промышленной продукции в масштабах, необходимых для реализации предлагаемой стратегии.

Из приведенных данных следует, что для реализации экспорта продукции промышленной переработки морским путем, Россия располагает только двумя портами в Новороссийске, на Черном море и в Санкт-Петербурге, на Балтийском море. Потенциал роста грузооборота обоих этих портов ограничен фундаментальными географическими факторами: оба моря и Балтийское, и Черное имеют ограниченные возможности соединения с мировым океаном (проливы Босфор, на Черном море и датские проливы на Балтике).

Единственно возможным путем преодоления этого барьера может стать, ускоренное формирование нового промышленного кластера в Дальневосточном Федеральном округе России (ДФО). Размеры этого кластера через несколько лет могут, по мнению автора, превзойти многократно экспортный потенциал всей современной промышленности России. Понятно, что это потребует реализации нескольких условий, как экономических и политических, так и социокультурных. При этом важно подчеркнуть особую важность именно социокультурных барьеров на пути реализации предлагаемой стратегии формирования ведущего кластера, ориентированного на экспорт.

Литература

1. RBC:<http://www.rbc.ru/economics/24/02/2016/56cd69839a794783e92382cf>
2. Voprosy Ekonomiki, A. Kudrin, E. Gurchich. A New Growth Model for the Russian Economy. 2014. № 12.
3. Development, structure, and transformation: some evidence on comparative economic growth Gordon C. McCord Jeffrey D. Sachs Working Paper 19512 NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH 1050 Massachusetts Avenue Cambridge, MA 02138 October 2013 <http://www.nber.Org/papers/w19512>
4. From Reform Agenda to Damaged Brand Name – Finance & Development – September 2003 – John Williamson <http://www.imf.org/external/ns/search.aspx>
5. The forecast of long-term social and economic development of Russian Federation for the period till 2030 http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/macro/prognoz/doc20130325_06
6. Modern Macroeconomics. Its Origins, Development and Current State. B. Snowdon, Howard R. Vane // Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK. 2006.

7. Regiony Rossii. 2015, Statistic sourcebook/ Rosstat. M., 2015. - 1266ppSNOSKA.INFO – Оформление библиографических ссылок // Оформление библиографических ссылок, URL: <http://www.snoskainfo.ru/> (дата обращения: 21.04.2016).

СЕКЦИЯ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА»

Л.А. Абдо
студент
(ГУУ, г. Москва)

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА МОСКВЫ

Руководствуясь отчетом Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Москвы, можно сделать вывод о том, что гостиничный рынок Москвы развивается умеренными темпами. Согласно данным Федеральной службы статистики по городу Москве, в конце 2015 г. в Москве работало 245 гостиниц с общей емкостью 42,16 тысяч номеров и 82,3 тысяч мест.

Распределение по категории отелей следующее:

- 5 звезд – 26 гостиниц;
- 4 звезды – 32 гостиниц;
- 3 звезды – 54 гостиниц;
- 2 звезды – 16 гостиниц;
- 96 гостиниц – без категории;
- 15 гостиниц – общежитие для приезжих;
- 6 гостиниц – другие организации гостиничного типа.

Если проследить изменение данного показателя в динамике, то можно увидеть, что по сравнению с прошлым годом количество гостиниц уменьшилось на две вследствие закрытия некоторых из них, однако в целом номерной фонд не изменился и преобладает положительные тенденции на рынке. Тем не менее, официальные данные не охватывают всех средств размещения и в реальности по данным сайта Booking.com в Москве насчитывается около 400 различных видов размещения.

Согласно официальным данным, предоставленным Департаментом культуры города Москвы, в столице расположено более трети всех организаций туристической Российской Федерации [2]. Таким образом, туристические операторы реализуют около трети общего объема туристических услуг. Более того, 36,8% всех доходов гостиничного хозяйства Российской Федерации сосредоточено в столице. По количеству размещений Москва также поддерживает лидирующее положение – 17,9% номерного фонда и 4,3% всех гостиничных предприятий Российской Федерации.

В состав компаний, представляющих своих отели на рынке, большую роль стали играть международные гостиничные сети, постепенно приобретающие популярность и своих клиентов в Москве.

Данное утверждение подтверждается отчетом компании EY, изучающей особенности распространения международных гостиничных сетей в России [3]. По их сведениям, с выходом первых компаний под брендом Radisson Славянская, Renaissance Moscow Olympic, Baltshug Kempinski в 1990 г. на российский рынок, темпы развития данного направления значительно возросли. По состоянию на октябрь 2015 г. в России было зарегистрировано около 215 отелей, находящихся под управлением международных сетей.

Основными крупными игроками на рынке являются гостиничные сети, представленные как зарубежными, так и российскими компаниями. Согласно исследованию, проводимому на гостиничном рынке в России были выделены десять крупнейших сетей: «The Rezidor Hotel Group», Amaks Hotel Resorts, «ГОСТ Отель Менеджмент», «Marriott International», «InterContinental», «Accor», «Crownwell Hotels & Resorts», «Intourist Hotel Group», «Heliopark Group» [4].

Для проведения исследования необходимо выделить основных игроков именно на гостиничном рынке Москвы. В качестве критериев будут использованы: географическое расположение отелей, суммарное количество номеров в сети, уровень гостиницы не ниже 4*, наличие программ лояльности. Выбор именно перечисленных критериев обусловлен общей целью исследования и его ограничениями. Так как основной целью проведения анализа является изучение программ лояльности, то с наибольшей вероятностью данные программы будут разработаны в крупнейших сетях, где будет хватать финансирования на их внедрение и компания более заинтересована не только в привлечении, но и удержании гостя.

Применив данные критерии к описанным выше компаниям из списка крупнейших, удалось выделить пять крупнейших гостиничных сетей, которые рассмотрены в качестве основных игроков на гостиничном рынке Москвы. Данными компаниями выступили: InterContinental, Marriott International, The Rezidor Hotel Group, Accor Group, Starwood Hotels & Resorts.

Для получения информации по данным отельным сетям был проведен анализ официальных сайтов компаний на русском и английском языке с целью оценить отели, находящиеся на территории Москвы [5, 6, 7].

Большая доля гостиниц Москвы сосредоточены в Центральном и Северо-Восточном округах. На эти округа в совокупности приходится более половины гостиничного фонда города. Практически все пятизвездочные гостиницы, также как и большая часть четырехзвездочных, расположены в центре города.

Если говорить о доходах гостиничных предприятий, то они увеличились за два г. почти на 11 млрд. руб. и к концу 2015 г. составили 49 млрд. руб. Налоговые поступления от деятельности гостиниц в консолидированный бюджет, по данным Мосгорстата, за прошлый год выросли на 700 млн. руб. и составили 7,3 млрд. руб., в том числе 1,5 млрд. – в бюджет города. На настоящий момент финансовые показатели в отрасли отстают от показателей других европейских столиц. Достаточно низкая производительность объясняется рядом факторов: в несетевых гостиницах недостаточная загрузка, а сетевые часто сталкиваются с проблемой недостатка квалифицированного персонала [1].

Если говорить о темпах роста сегментов, то данный показатель можно связать с темпами роста таких индикаторов деятельности гостиниц, как заполняемость и прибыльность на номер, которые во многом свидетельствуют о развитии сегмента в целом.

В общем и целом, туристические потоки из-за рубежа хотя и отстают от внутренних приездов, но при этом темпы роста иностранного туризма намного опережают показатели путешествующих российских граждан.

Поток иностранных граждан, посещающих Москву, постоянно растет, и ожидается, что данная тенденция сохранится и в ближайшей перспективе. Таким образом, происходит постепенное повышение интереса к Москве как международному туристическому центру и устранение кризисных явлений, повлиявших на величину турпотока.

Нужно отметить важную особенность спроса на гостиничные услуги. Гостиничный бизнес является циклической отраслью, то есть спрос здесь находится в прямой зависимости от доходов населения. Кроме того, Москву можно назвать городом отложенного спроса. Такая ситуация связана с неправильным позиционированием и вялым маркетинговым продвижением города в течение длительного времени. Речь идет о многочисленных мифах о том, что москвичи не улыбаются гостям, а путешествовать по городу небезопасно.

Москва, население которой составляет 11,7 млн. чел., является главным финансовым центром России, где находятся 600 из 1250 крупнейших финансовых учреждений и, вследствие этого, центром бизнес-туризма. Кроме того, Москва привлекает и туристов, путешествующих с познавательными целями – здесь находятся многочисленные архитектурные и исторические достопримечательности, музеи, галереи и многое другое.

Литература

1. Чудновский А.Д. Индустрия гостеприимства: основы организации и управления: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова [и др.]. М.: Кнорус, 2015. 215 с.
2. Министерство культуры Российской Федерации [Электронный ресурс], URL: <http://mkrf.ru/> (дата обращения: 01.12.2015).
3. Аналитическая компания EY [Электронный ресурс], – URL: <http://www.ey.com/> (дата обращения: 15.01.2016).
4. Характеристика гостиничных предприятий [Электронный ресурс], – URL: <http://hotel-inn.ru/> (дата обращения: 15.04.2016).
5. Мировая сеть отелей IHG [Электронный ресурс], – URL: <http://www.ihg.com/> (дата обращения: 19.03.2016).
6. Отели Marriott [Электронный ресурс], – URL: <http://www.marriott.com/> (дата обращения: 19.04.2016).
7. Управляющая компания Interstate [Электронный ресурс], – URL: <http://interstatehotels.com/> (дата обращения: 22.03.2016).

В.В. Баранова
канд. пед. наук
(ГУУ, г. Москва)

ПРОБЛЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ ТУРИСТОВ ВО ВРЕМЯ ПУТЕШЕСТВИЯ

В настоящее время, выбирая страну путешествия, необходимо продумать надлежащие меры для обеспечения безопасности туристов. В ходе поездки можно столкнуться с самыми разнообразными и порой

непредвиденными рисками, которые могут привести как к потере и повреждению имущества, так и к ущербу здоровья и даже летальному исходу. В мире существует множество стран, где турист может столкнуться с последствиями вооруженных конфликтов, преступностью, опасными животными, насекомыми, инфекционными заболеваниями, религиозной нетерпимостью, природными катастрофами и др.

Современные политические проблемы ряда стран затрагивают интересы не только местных жителей, но и въезжающих посетителей из других государств и регионов. В некоторых странах конфликты могут быть скрыты, в некоторых военные действия ведутся на протяжении многих лет и даже десятилетий, поэтому следует перед организацией поездки навести справки о текущем положении дел в предполагаемом месте назначения путешествия.

Одна из популярных для российских туристов стран – Турция – сейчас испытывает серьезные политические проблемы, периодически в различных поселках происходят перестрелки и террористические акты. Средства массовой информации в последнее время часто передают сообщения об опасных ситуациях в стране. Сводки событий всего лишь за две недели октября 2016 г. подтверждают сказанное. 14 октября 2016 г. обстреляли автотрассу Анталия – Кимер [1], правоохранительные органы Турции получают информацию о готовящихся терактах, 25 октября 2016 г. на стоянке вблизи Торгово-промышленной палаты в Анталии произошел взрыв, от которого пострадали не менее 10 человек, на территории страны введен режим чрезвычайной ситуации [2]. Туристам рекомендуют избегать мест массового скопления людей (не оказываться в толпе, не посещать митинги и т.д.), соблюдать необходимые меры предосторожности, выполнять требования полиции и местных властей, хотя и это не обезопасит отдыхающих на все 100%. При этом на территории Турции, по сведениям Ассоциации туроператоров России (АТОР), в данный период находятся около 30 тыс. российских граждан [1]. Так как в районе отдыха туристов все достаточно спокойно – море, солнце и пляжи – никаких волнений и досрочного возвращения наших соотечественников не наблюдается, что подтверждает Российский Союз Туриндустрии (РСТ). По информации пресс-службы туроператора TUI, россияне не отказываются от запланированных поездок в Турцию, хотя и задают «незначительное количество вопросов» [1], поэтому проблемы организации безопасного отдыха в этом регионе по-прежнему существуют.

Есть еще много различных стран, где, как и в Турции, нужно вести себя очень осторожно, либо вообще отказаться от поездки на их территорию.

В Афганистане ведутся боевые действия между блоком НАТО, талибами и Аль-Каидой; местные жители очень бедны, живут в постоянном напряжении; есть много религиозно нетерпимых людей. В результате туристы могут попасть в эпицентр взрыва, стать жертвами теракта, похищения или ограбления. Если же Афганистан, несмотря ни на что, привлекает своей древней историей, то передвижение по маршруту должно осуществляться с местным гидом и только в составе туристской группы.

Аналогичная ситуация в Ираке, Пакистане, Алжире, Ливии. В Гаити, Нигерии, Сомали из-за бедности местного населения и существования множества бандитских группировок туристы могут быть ограблены, похищены и проданы в рабство.

В Демократической Республике Конго даже в XXI веке зафиксированы случаи каннибализма, существует сексуальное рабство, много случаев изнасилований женщин. Индивидуальное передвижение туристов по этой стране недопустимо, они могут быть вовлечены в кровавые разборки между

племенами, ограблены не только бандитами, но и местными жителями. Даже уличных мальчишек привлекает золото и ценные вещи приезжих людей.

В Зимбабве следует остерегаться не только бандформирований и грабителей, но и полицейских. Собственник в этой стране может застрелить любого чужака на своей территории. Здесь часты подрывы на mine и грабежи транспорта. В Бурунди также не следует передвигаться на автомобиле. Повстанцы и полицейские могут разрядить автоматную очередь в человека, не разобравшегося в местных порядках. Передвижение в ночное время, во время комендантского часа, также может дорого обойтись [3]. Велик риск террористических актов в Шри-Ланке, Индии.

Перед зарубежной поездкой имеет смысл поинтересоваться особенностями фотографирования – где можно, где нельзя, у кого следует спросить разрешения, а у кого лучше и не спрашивать. В Иране, например, запрещено фотографировать государственные учреждения и военные объекты, в Кении – людей в любой униформе, пограничные столбы, мавзолей первого президента Джомо Кеньятты, в Алжире – местных жителей, особенно женщин и военных и т.д. Нарушать эти и другие запреты не стоит, так как законодательство ряда стран является очень строгим и порой жестоким. Незначительные, на наш взгляд, проступки могут обернуться серьезными неприятностями.

В Йемене даже за незначительные нарушения предусмотрена смертная казнь. Суд Анталии приговорил российского туриста к году тюремного заключения за то, что он попытался вывезти в подарок сыну кусок мрамора, мужчину обвинили в контрабанде исторических ценностей. В Арабских Эмиратах действуют строгие исламские законы, запрещающие продажу и употребление алкоголя везде, кроме баров и ресторанов. Появление туриста на улице в нетрезвом виде может привести к наказанию. Фотографирование мусульманских женщин в ОАЭ может закончиться арестом туриста на трое суток, а еда днем в общественном месте во время Рамадана – крупным штрафом или тюремным заключением [4].

В итоге, к организации туристской поездки необходимо готовиться заранее, тщательно изучив возможные опасности, их вероятность в предполагаемой поездке и продумав способы обеспечения максимальной безопасности путешественников.

Литература

1. На трассе Анталия-Кемер взрывы, Ростуризм призвал туристов к осторожности // Турпром. URL: <http://www.tourprom.ru/news/33916/> (дата обращения: 24.10.2016).
2. Россиянам рекомендовано избегать мест массового скопления людей в Турции // Тонкости туризма. URL: <http://tonkosti.ru> (дата обращения: 25.10.2016).
3. 30 опасных стран мира, или куда не стоит ехать туристу // TravelFAQs. URL: <http://travelfaqs.ru/2014/08/28/30-opasnykh-stran-mira-ili-kuda-ne-stoit-ekhat-turistu/> (дата обращения: 23.10.2016).
4. Какие опасности ждут русских туристов за границей // Информационно-аналитическое агентство Посольский приказ. URL: <http://www.posprikaz.ru/2013/03/kakie-opasnosti-zhdut-russkix-turistov-za-granicej/> (дата обращения: 25.10.2016).

В.А. Жуков
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

ПОВЫШЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ ГОСТИНИЦ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИНЦИПОВ ГОСТЕПРИИМСТВА

В компании Marriott разработаны принципы гостеприимства, которым должен следовать каждый работник любого отеля сети [1]:

Принцип 1. Приветствуйте каждого гостя улыбкой. Улыбка должна быть искренней, идти от сердца. Иначе человек почувствует фальшь. Улыбка должна соответствовать настроению гостя, не должна быть саркастической или насмешливой.

Принцип 2. Обращайтесь с гостем в теплой, дружелюбной манере. Дайте ему почувствовать себя особенным, желанным, как дома. Ведь многим бизнесменам приходится проводить более половины ночей в году в различных гостиницах

Принцип 3. Проявите неподдельный интерес к запросам гостя и его проблемам. Общаясь с гостем, уделите ему Ваше безраздельное внимание. Если в этот момент Вас отвлекли или позвонил телефон, вежливо попросите гостя подождать и закончите общаться с первым клиентом.

Принцип 4. Четко выясните потребности гостя и будьте гибки при удовлетворении их. Если Вы не можете решить проблему гостя самостоятельно, не говорите «я не знаю», а найдите того человека, который сможет это сделать. Никогда не говорите «нет» в ответ на просьбу гостя. Если то, о чем просит гость, невозможно, предложите другое решение, которое его устроит.

Принцип 5. Обладайте всеми необходимыми знаниями относительно Вашей работы. Знайте пакет услуг, который мы можем предложить нашим гостям. Знайте услуги, предоставляемые не только Вашим отделом, но и другими отделами гостиницы. Будьте осведомлены о часах работы ресторанов гостиницы, оздоровительного центра, пункта обмена валюты, магазинов.

Принцип 6. Не бойтесь принимать полноценные решения. Не бойтесь ответственности!

На лояльность клиента очень большое значение оказывает поведение сотрудников гостиницы в сложных ситуациях, при появлении у клиентов каких-то проблем, жалоб или претензий.

В случае если гость предъявляет претензию сотруднику отеля, то этот работник должен поблагодарить клиента, дать ему возможность высказаться, внимательно выслушать его. Работник отеля не должен принимать жалобы на свой счет, гость обращается к сотруднику отеля за помощью, как к представителю гостиницы. Поэтому именно от реакции данного сотрудника зависит, станет ли гость-жалобщик впоследствии «другом» отеля. От сотрудника на этом этапе не требуется реакция по каждому пункту, нужно просто слушать и быть очень внимательным. Слушая то, что говорит гость, работник гостиницы должен проявить к клиенту уважение, дать понять, что разделяет его чувства.

Сотрудник должен задавать вопросы для прояснения ситуации, перефразировать слова собеседника, чтобы убедиться, что он его правильно понял, полностью сконцентрироваться на данном госте – не заниматься в это

же время другими делами, дать гостю закончить и не делать поспешных выводов. Примеры употребляемых выражений: Если я вас правильно понял(а); Сэр, я бы хотел(а) убедиться, что я все правильно понял(а), я могу задать вам несколько вопросов? Есть ли еще что-то, что я должна знать?

В стандарты гостиниц сети Marriott входят 15-минутные тренинги, цель которых заключается в том, чтобы обсуждать насущные проблемы отдела, узнавать новую информацию о методах решения гостевых проблем, обсуждать эффективность и применять на практике методы эффективного гостеприимства, а также узнавать новую информацию о работе отеля и его служб. Тренинги проводит сотрудник отдела, прошедший обучение и получивший сертификат Тренера Отдела. Тренинги проводятся ежедневно, обычно между сменами (в 14.30-15.30). Все сотрудники, присутствующие в смене обязаны присутствовать на тренинге, если по какой-либо причине сотрудник не смог присутствовать на 15-минутном тренинге, то у него есть возможность ознакомиться с раздаточным материалом, выдаваемым тренером отдела. Кроме того, проводятся также общие собрания отделов. Их проводит менеджер или супервайзер. На общих собраниях обсуждаются текущие вопросы работы отдела.

При работе с гостем-жалобщиком сотрудник отеля не должен перекладывать вину на другого сотрудника или отдел, не должен оправдываться. Не стоит сразу успокаивать, ободрять или утешать гостя. Работник гостиницы должен дать гостю выговориться, избавиться от эмоций и постараться быстро решить проблему. Персоналу гостиницы в таких случаях необходимо вести себя вежливо, не высокомерно, дружелюбно, не перебивать клиента, избегать споров. Постепенно беседа между сотрудником отеля и постояльцем из эмоционального состояния перейдет в более рациональное и разумное направление, и тогда работник может начинать разбираться с жалобой. Персонал отеля, контактирующий с клиентами, должен вырабатывать в себе навыки и умения эффективно слушать.

Целесообразно, чтобы сотрудник отеля поблагодарил гостя за жалобу. Даже в тех случаях, когда клиент обратился к сотруднику с жалобой, что называется не по адресу, необходимо создать впечатление, что он попал именно к тому лицу, которое может «разрулить» ситуацию. А затем отвести его к специалисту или человеку, который имеет соответствующие полномочия, или в присутствии гостя позвонить сотруднику, который должен разобраться в этом вопросе. Работник гостиницы должен пообещать гостю немедленно принять меры, рассказать постояльцу, что намерен сделать, а также о сроках ответа на его претензию.

Сотрудник гостиницы, к которому поступает жалоба гостя, должен собрать всю необходимую информацию о проблеме, выяснить, что ожидает гость. Очень важно установить, что конкретно нужно гостю: признание ошибки; извинения и уверения, что такое больше не повторится; возмещение (компенсация) морального или материального ущерба; исправление ситуации. В итоге работнику гостиницы требуется суммировать собранную информацию по проблеме клиента и на основании этого приступить к ее решению. Проблема гостя должна быть обязательно зарегистрирована работником отеля на специальном бланке, после чего сотрудник отеля или решает проблему самостоятельно, или передает ее решение в нужный отдел гостиницы.

В случае, если существует несколько вариантов решения проблемы, то сотрудник гостиницы должен обсудить с клиентом все альтернативные возможности решения, но окончательный выбор подходящего гостю варианта должен остаться за ним. Если гость почувствует, что его жалобе уделяется

должное внимание и вопрос будет решен быстро, то это позволит отелю не только сохранить недовольного клиента, но и увеличить его лояльность к гостинице.

Целесообразно, чтобы в гостинице были разработаны четкие рекомендации сотрудникам по устранению различного рода стандартных ошибок. Руководство гостиниц должно давать служащим определенные полномочия при работе с претензиями клиентов.

Решение проблемы сотрудником отеля контролируется. Стандарт решения нетяжелой проблемы гостя 15 минут. После того, как проблема решена, персонал гостиницы должен убедиться, что клиент доволен решением проблемы. Если клиент не доволен, то его жалоба передается менеджеру, который дальше занимается удовлетворением претензий гостя-жалобщика. Если клиент доволен тем, как решился его вопрос, то персоналу гостиницы необходимо еще раз выразить признательность клиенту за его жалобу: отправить письмо-благодарность (лучше, если от лица руководителя отеля); позвонить и поблагодарить; послать символический сувенир; получить отзыв гостя (если это возможно). Целесообразно пригласить гостя участвовать в регулярных опросах относительно сервиса в гостинице.

По проблемам и претензиям гостей в гостиницах должны составляться каждодневные отчеты для менеджмента отеля, которые в дальнейшем должны анализироваться. На основе такого анализа вносятся коррективы в деятельность гостиничного предприятия с целью повышения ценности гостиничных услуг для потребителя.

В 2001 г. в отелях Marriott в Москве была установлена компьютерная программа обработки гостевых комментариев «Guest Ware», которая контролирует качество гостиничных услуг и помогает определить направления развития гостиницы. Программа «Guest Ware» позволяет создать огромную базу данных по всем жалобам и замечаниям клиентов отеля. В программе регистрации гостевых комментариев должны принимать участие все сотрудники отеля, вне зависимости от того, общаются ли они непосредственно с гостями или нет. Система регистрации жалоб и предложений гостей состоит из четырех этапов:

- уменьшение количества жалоб клиентов возможно с помощью учета негативного опыта. Чем больше комментариев гостей будет записано, тем достовернее будут сведения об их предпочтениях и привычках. Для этого любая жалоба гостя заносится в специальный бланк и в конце смены заносится в информационную базу, а утром все отделы получают отчеты за предыдущий день;
- эффективное решение проблемы гостя. С этой целью каждое утро, составленные операторами, отчеты по проблемам гостей за предыдущий день просматриваются руководителями отделов, и, в случае необходимости, менеджеры берут на себя ответственность и принимают меры для решения проблем гостей;
- на основе жалоб гостей совершенствование работы служб отеля. Для этого каждый месяц анализируются таблицы по проблемам гостей и вносятся предложения о необходимых изменениях в работу отделов, о правильной организации рабочего места, о сокращении потерь различного рода ресурсов гостиницы, о сокращении времени по выполнению отдельных технологических процессов и так далее;
- выявление причин недовольства клиентов. Показатели удовлетворенности гостей, рассчитываются исходя из данных гостевых анкет. Гости оценивают состояние номеров, уровень

обслуживания, качество питания, техническое оснащение. Для того чтобы количество отрицательных оценок уменьшилось, необходимо выявить причины недовольства гостей. Для этого менеджеры отделов и генеральный менеджер сравнивают показатели анкет и комментарии гостей из отчетов. Автоматизированная система показывает, какое количество гостей остались недовольными услугами отеля, а данные из «Guest Ware» содержат комментарии гостей о том, почему они остались недовольны услугами гостиницы. Анализ жалоб и претензий клиентов позволяет гостинице не только исправлять имеющиеся ошибки, но и совершенствовать качество обслуживания, повышать удовлетворенность клиентов, тем самым увеличивая количество истинно лояльных потребителей.

Литература

1. Исаев А.А. Формирование устойчивой лояльности клиентов на основе анализа общего впечатления клиента // Инициативы XXI в. 2016. № 1. С. 26-29.

М.А. Жукова

д-р экон. наук, проф.
(ГУУ, г. Москва)

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ГОСТИНИЦЫ НА ОСНОВЕ БЕРЕЖЛИВОГО СЕРВИСА

Концепция бережливого сервиса в гостинице предполагает: сокращение всех видов ресурсов (трудовых, временных, материальных и финансовых) при выполнении технологических процессов по обслуживанию гостей отелей при сохранении постоянно высокого качества гостиничных услуг; выявление действий, добавляющих и не добавляющих ценности гостиничным услугам, и сокращение или полный отказ от операций, не добавляющих ценности, и связанных с ними затрат.

Успешное внедрение в деятельность гостиничного предприятия системы бережливого сервиса основано на методике систематического нахождения простых решений для устранения скрытых потерь различного рода ресурсов при производстве гостиничных услуг с целью быстрого и качественного удовлетворения запросов и потребностей гостей. По своей сути это комплекс принципов, которым должен следовать каждый сотрудник отеля:

1. Понимание ценности производимой гостиничной услуги для конечного потребителя [1]. Все действия, выполняемые на предприятии сферы гостиничных услуг, можно условно разделить на три категории действий:

- добавляющие ценность гостиничной услуге, за которые потребитель готов дополнительно платить. Например, наличие цифровых зеркал в отелях Four Points. Встроенный в них сенсорный экран с приложениями может работать как электронная газета и показывать заголовки главных новостей дня, погоду и последние результаты спортивных соревнований;
- не добавляющие ценности, но неизбежные в силу определенных причин, например: контроль качества оказания услуг; обеспечение безопасности гостей отеля; а также это такие услуги, как, например,

предоставление зарядки для телефона или адаптера на стойке регистрации, меню подушек и т.д.;

- не создающие ценность, которые можно исключить из процесса создания продукта. Изменения предпочтений путешественников, относительно комфортной работы во время пребывания в отеле, заставляют гостиничные бренды пересматривать дизайн номеров. Большинство из них убирают традиционный гостиничный письменный стол. Отход от концепции письменного стола в отельном номере снижает стоимость строительства гостиницы, оставляя больше свободного пространства в небольших номерах. Площадь типичного номера Tru by Hilton с двуспальной кроватью "кинг-сайз" равна 21,46 м² и 26,48 м² для двухместного номера.

Применение системы бережливого сервиса направлено на ускорение процесса производства, сокращение издержек, но без ущерба к качеству оказания гостиничных услуг. Только в том случае, когда гостиничное предприятие точно знает, что необходимо потребителю, оно может определить, какие процессы ориентированы на создание ценности, а какие нет. Но зачастую, при отсутствии должной обратной связи с клиентом гостинице сложно определить, какую именно ценность должны иметь предлагаемые ей услуги. Одним из путей решения этой проблемы является анкетирование гостей и работа с жалобами клиентов.

2. Выявление технологического этапа производства гостиничной услуги, на котором создается ценность [2]. Необходимо проанализировать действующую систему оказания услуг и определить, где действительно создается ценность. Если действие ее не создает, то нужно рассмотреть возможность его изменения или исключения из процесса создания услуг для потребителя.

3. Организация работы в гостинице по снижению потерь, которая предполагает сокращение или полную ликвидацию основных видов потерь. Потери – это все виды операций, которые требуют затрат ресурсов и времени, но не добавляют ценности гостиничной услуге. К основным вероятным потерям на гостиничном предприятии можно отнести следующие: излишние запасы; простои и ожидание; излишние действия и операции; ошибки персонала; потеря творческого подхода к работе у персонала и т.д.

4. Соблюдение логистики выполнения технологического процесса создания и оказания гостиничных услуг. Этот принцип заключается в сокращении времени на выполнение должностных обязанностей сотрудниками, в определенном (строго продуманном) количестве информации и документов, в закреплении последовательности действий сотрудников отеля при выполнении стандартных технологических процедур обслуживания гостя, то есть эффективная организация процесса предоставления услуги с учетом устранения потерь. С этой целью в гостиницах разрабатываются стандарты и процедуры обслуживания, прописывающие практически любое действие сотрудников. Такие стандарты и энциклопедически-детальное описание процедур обслуживания помогают гостинице предоставлять своим гостям исключительный сервис и постоянный уровень качества, что соответственно влияет на достижение высокой степени удовлетворенности клиентов.

5. Создание услуги только в случае наличия на нее спроса у потребителя. Спрос является толчком для запуска всего процесса создания гостиничной услуги, что позволяет избежать различных промо-акций для самостоятельного «выталкивания» продукта. То есть должны предлагаться такие услуги, которые пользуются спросом со стороны потребителей. Например, в отеле Марриотт Тверская установлена интерактивная

информационная стойка для гостей, так как в последние годы такие табло стали очень популярны. Благодаря наличию данной стойки можно самостоятельно в любое время узнать необходимую информацию об отеле – новости ресторана, особенности номеров и залов. Кроме того, на стойке представлены основные достопримечательности Москвы: музеи, театры, торговые, спортивные и развлекательные центры, рестораны и ночные клубы.

6. Постоянное совершенствование, как услуг, так и процесса их оказания. Необходимо постоянно совершенствовать процесс создания гостиничного продукта, максимально приближая его к тому, что нужно потребителю. Необходимо постоянно улучшать стандарты обслуживания; на основе практического опыта совершенствовать процедуры обслуживания; профессионально работать с жалобами клиентов, на основе их анализа сокращать расходы отеля, проводить тренинги с персоналом, улучшать качество работы, что позволит снизить себестоимость гостиничных услуг, улучшить качество, сократить время оказания услуги.

Совершенствование гостиничных услуг предполагает, что в этот процесс должен быть вовлечен не только весь персонал отеля, но и поставщики продукции для гостиницы, а также организации, работающие с гостиницей на условиях аутсорсинга.

Литература

1. Бережливое производство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wkazarin.ru/2009/10/19/lean-production/> (дата обращения: 10.02.2015.)
2. Бережливое производство: в поисках путей повышения эффективности компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.up-pro.ru/library/production_management/zarubejnyj-opyt/lean-povyshenie-effectivnosti.html (дата обращения: 15.09.2015.)

В.А. Колобкова
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ РАЗВИТИЯ ПРИНЦИПИАЛЬНО НОВЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА

В настоящее время получают развитие принципиально новые виды туризма, не имеющие альтернатив, тем самым, становясь одними из самых перспективных видов туризма, самыми доступными и популярными у населения [1, 2]. К одним из них можно отнести индустриальный туризм.

Индустриальный туризм ещё не получил широкого распространения в России. Однако многие туроператоры работают над проектами по внедрению в экскурсионные маршруты путешествие по городам-призракам, по заброшенным объектам и даже по крышам [2]. Даже существуют частные гиды. Эти люди – профессионалы своего дела, устраивающие экскурсии по всем направлениям индустриального туризма. Благодаря таким прогулкам туристы могут не только любоваться новыми видами, но и узнавать множество интересной и полезной информации о месте своего пребывания.

Индустриальный туризм как принципиально новый вид туризма, не имеющий альтернатив, является одним из самых перспективных видов туризма, самым доступным и популярным у населения.

Многие уже знакомы с его представителями – риферами, диггерами, зацеперами, сталкерами. Все эти термины давно получили широкий резонанс в общественности, так как общество считает этих людей представителями неких субкультур, не разделяет с ними их ценностей и убеждений, полагая, что эти, так называемые, «экстремалы» попросту «охотники за быстрой славой».

Риферы, диггеры, зацеперы, сталкеры имеют возможность наслаждаться видами, недоступными для большинства других. Они никогда не видят преград и, считают, что в жизни нет ничего невозможного – было бы желание.

Большая часть этих людей профессиональные фотографы. Они умеют видеть красоту в самых обычных, на первый взгляд, вещах и ставят эстетическую сторону жизни превыше всего остального.

Не стоит путать спортсменов – экстремалов, забирающихся на крыши или проникающих в тоннели метрополитена ради получения новых эмоций и ярких впечатлений, с фотографами, которые преследуют эстетические цели, хотя и те, и другие являются прямыми представителями индустриального туризма.

Чаще всего даже экстремалы, покоряющие самые высокие небоскрёбы без страховки, делают это не просто с целью получения адреналина, а с целью получения от этого немалой коммерческой прибыли. Практически у всех городских исследователей подобного типа есть спонсоры, которые платят им неплохие деньги за рекламу своих брендов.

Но, и обычные фотографы, не причисляющие себя к числу экстремалов, при этом активно занимающиеся индустриальным туризмом, тоже не упускают своей возможности. Они продают свои фотографии на фотобанках, устраивают фотовыставки или продвигают свои работы во всемирной сети «Instagram», что в последствие позволяет им работать с известными брендами.

Помимо заработка на фото городские исследователи активно занимаются проведением экскурсий на крыши, в тоннели метро, заброшенные заводы и прочие интересные места, о которых и не подозревает большинство обывателей.

Особой популярностью у населения пользуются экскурсии по крышам. На высоте, откуда открываются потрясающие виды на город, также проводятся свидания и даже свадьбы.

Многие городские исследователи образуют целые сообщества в социальных сетях, где они активно общаются, делятся ценной информацией о неизведанных местах, обсуждают фотографии и последние новости в области индустриального туризма, помогают друг другу строить свою карьеру.

Поскольку количество экскурсантов по крышам, парадным, заброшенным местам и действующим заводам увеличивается с каждым годом, легко сделать вывод, что спрос на индустриальные туры имеет тенденцию к увеличению.

Мы живём в быстроразвивающемся обществе, где люди только успевают схватывать инновации. Им быстро наскучивает старый привычный образ жизни. То же самое можно сказать и про туризм. И поэтому, экскурсионно-познавательный туризм переходит на второй план перед индустриальным, поскольку люди хотят новизны, чего-то необычного, побывать в тех местах, где до них никто не бывал, и увидеть популярные достопримечательности под совершенно новым углом.

У каждого из направлений индустриального туризма есть своя отправная точка и свои аналоги в других видах туризма. Классический и индустриальный туризм являются дополнением друг к другу.

Таким образом, приводя в сравнение сталкерство, хочется упомянуть о том, что в мире множество заброшенных мест, не просто часто посещаемых, а

являющихся известными во всех уголках света и входящих в список Всемирного Наследия ЮНЕСКО. Такие достопримечательности как Мачу-Пикчу, Стоунхендж, Колизей, Акрополь или Помпеи ежегодно удивляют миллионы туристов. А ведь когда-то эти самые места были обыденностью для людей. Но теперь они – часть истории. Выходит, что заброшенные объекты вызывают интерес у населения. Так почему бы не посещать те объекты, которые лишь недавно стали частью истории, легально. Ведь спрос на экскурсии в ту же Припять растёт с каждым годом, несмотря на то, что туристы, желающие попасть туда, осознают все возможные риски.

Есть множество людей, которых привлекает нахождение в подземных объектах и их изучение. Как правило, такие люди занимаются спелеотуризмом – посещением пещер. И отличным аналогом для такого вида туризма в индустриальной сфере является диггерство. Ведь прогулка по тоннелю метро завораживает не меньше, чем поход в пещеру. Люди, посещающие подобные экскурсии узнают много нового, ведь метрополитен, как один из важнейших стратегических объектов, обладает богатой историей.

Не стоит забывать о том, что существует множество экстремальных видов туризма, где риск получить травму не меньше, чем во многих направлениях индустриального туризма. Так, например, у скалолазов шансы погибнуть составляют 1 к 1750, а это вышѐ, чем у трэйнсёрферов [2] А ведь именно скалолазы и альпинисты и идут в сравнение руферами. Многих руферов-экстремалов даже называют промышленными альпинистами.

Существует множество мест, куда приходят туристы именно с целью насладиться видом города с высоты. В мире открыто множество ресторанов на последних этажах зданий. В Москве есть смотровая площадка на крыше Центрального Детского Магазина с видом на кремль и Лубянскую Площадь, а в Сингапуре есть знаменитый отель Marina Bay Sands с бассейном на крыше.

Существует множество людей с разными интересами и разными потребностями. Кто-то предпочитает отдых на природе, а кому-то нравятся промышленные пейзажи и архитектура. Индустриальный туризм обращает внимание на то, что создано человеком. Он позволяет увидеть повседневный пейзаж совершенно с другой стороны, помогает проникнуться атмосферой большого города и почувствовать величие человеческих возможностей.

Однако индустриальный туризм имеет ряд проблем. Так, например, к проблемам в развитии индустриального туризма можно отнести, в первую очередь, небезопасность нахождения на индустриальных, промышленных и заброшенных объектах.

К другой проблеме можно отнести нелегальность подобной деятельности.

Возможным решением данных проблем является заинтересованность государства в развитии индустриального туризма. Заручившись его поддержкой и контролем, открываются огромные перспективы для его развития в России в целом.

Поскольку спрос на индустриальные виды туризма возрастает не только у спротсменов-экстремалов, но и у классических туристов, возникает необходимость создания определённых туристических маршрутов и мест, связанных с посещением индустриальных объектов городских исследований, отвечающих всем требованиям безопасности. Переоборудование популярных заброшенных мест, крыш и тоннелей в крупные туристические площадки и комплексы с возможностью их легального посещения открывает огромные перспективы для развития индустриального туризма и удовлетворения потребностей туристов разных целевых аудиторий.

Таким образом, открывается широкий спектр возможностей при условии участия государственных структур и принятия ими во внимание востребованности индустриального туризма среди различных слоёв населения. Разработка соответствующих законодательных проектов и необходимых нормативно-правовых актов обеспечит безопасность туристов и широкое, регулируемое развитие данной отрасли [1,2].

Индустриальный туризм в России является отличной площадкой для привлечения иностранных капиталов, а также немалых налоговых отчислений в государственный бюджет.

Литература

1. Ильина Е.Д., Колобкова В.А. Социальные аспекты индустриального туризма в России // Студенческие научные исследования в сфере туризма и спортивного менеджмента: материалы VIII междунар. студенческая науч.-практ. конф., г. Сочи, 1-20 мая 2016 г. В 2 т. Т 1 / отв. ред. Г.М. Романова. Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2016. С. 38-42.

2. Насонов Н.Д., Колобкова В.А. Перспективы развития индустриального туризма в России // Студенческие научные исследования в сфере туризма и спортивного менеджмента: материалы VIII междунар. студенческая науч.-практ. конф., г. Сочи, 1-20 мая 2016 г. В 2 т. Т 1 / отв. ред. Г.М. Романова. Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2016. С. 62-66.

М.С. Мещерякова
магистр
(ГУУ, г. Москва)

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ НА РЫНКЕ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ В РФ

Туристический бизнес включает множество взаимосвязанных отраслей. Одной из важнейших является индустрия гостеприимства, кажущаяся на первый взгляд легкой в управлении и привлекательной с точки зрения получаемой прибыли. Действительно, казалось бы, сотни тысяч туристов, путешествующих ежегодно – огромная прибыль, которая «сама идет в руки». Однако впечатление безоблачности и простоты управления ложно, особенно на российском рынке.

Акцентируя внимание на рынке гостиничных услуг России, стоит отметить, что сегодня у нас существует ряд проблем, с решением которых не стоит затягивать. Большинство из них «лежит на поверхности» и можно предположить, что уже не один человек обращал внимание на важность их устранения. Однако на момент, когда гостиничная индустрия в развитых странах не замедляет темпа развития, в России по-прежнему борются, но не могут справиться со следующими проблемами:

- уровень сервиса;
- наличие высококвалифицированного персонала;
- низкий уровень мотивации;
- развитие бизнеса в целом [2].

Все эти проблемы имеют обобщающий фактор – менталитет. По образу действий русского человека можно назвать консерватором, что выражается в

сопротивлении любым изменениям, а зачастую в нежелании изменить привычный уклад жизни. Порой мы берем за «отправную точку» то, как была устроена жизнь десятилетия назад. Мы считаем: «Вот тогда было хорошее время!», а весь мир идет вперед, не оглядываясь и не останавливаясь.

Нельзя не отметить, что сегодня в России существует огромное количество отелей, работающих «под флагом» крупных гостиничных сетей. И кажется, что к этому сегменту рынка гостиничных услуг проблема менталитета не имеет отношения, так как существуют определенные «брендовые» нормы, обязательные для исполнения. Однако, и здесь не все гладко. Действительно, стандарты сети выполняются, но все, что выше пометки «обязательно» остается без внимания.

По сути, нам не нужно ничего придумывать, хотя бы просто использовать то, что уже придумали до нас и «идти в ногу со временем». Так, например, сеть отелей Marriott активно использует интересную программу – meetings imagined – которая позволяет получить актуальные советы и узнать о последних тенденциях от экспертов в сфере организации торжественных и деловых мероприятий. Однако в России программа не пользуется популярностью и должным интересом.

Почему так важно научиться использовать подобные инструменты в своей деятельности? Дело в том, что привыкшие к определенному уровню сервиса, иностранные туристы ожидают увидеть то же самое и в России. Обнаружив недостаточно высокий уровень сервиса и использование давно устаревших норм, гость вряд ли вернется к нам, а что еще хуже – сделает не самую лучшую рекламу. Объекты индустрии гостеприимства создают имидж страны – вот почему важно следить за актуальными изменениями и применять их в своей деятельности.

Другой проблемой отеля в России является нехватка высококвалифицированных кадров. В первую очередь это может быть связано с недостаточным количеством образовательных программ данного профиля. Так, например, обратите внимание, что большинство Шеф-поваров в отелях Москвы – иностранцы. Почему так получается, ведь русские повара всегда славились своими навыками в приготовлении отменных блюд? Однако этих навыков недостаточно, чтобы управлять сотрудниками и процессами. В наших учебных заведениях готовят хороших специалистов: поваров, кондитеров и пр., но не готовят менеджеров – специалистов, способных не только готовить блюда и красиво их подавать, а еще и заниматься бумажной работой, работой с людьми и цифрами.

Еще одной проблемой персонала является недостаточная мотивация. Например, за границей существует особая система поощрений, которые стараются заслужить сотрудники. У нас же за основу принята «карательная» система – то есть, сотрудника ругают за ошибки, а за достижения он не получает никакой похвалы.

На самом деле, важность мотивации персонала для достижения эффективной организации деятельности отмечали в своих трудах еще Ф. Тейлор, который выступал за поощрение наиболее инициативных и трудолюбивых сотрудников [1] и В. Врум, подчеркивавший в своих исследованиях, что максимально продуктивно сотрудники будут работать только в случае, когда у них есть уверенность, что их надежды оправдаются. Поэтому согласно теории ожидания, успешный руководитель должен уметь показать своим подчиненным, что все их усилия, направленные на реализацию задач и достижение целей организации, в скором времени приведут и к достижению их собственных целей.

Со времен Тейлора многое изменилось, но значимость мотивации осталась неизменной. Мотивированные сотрудники по-прежнему работают в разы лучше немотивированных, что чрезвычайно важно в гостиничной сфере. Согласитесь, гораздо приятнее быть гостем отеля, персонал которого вам действительно рад, как и должно быть в каждой гостинице.

Также нельзя не отметить, что неразвитость бизнеса в общем по стране представляет собой существенную проблему для гостиничной сферы. До тех пор, пока в городах России, не считая городов-миллионников, не будет развиваться бизнес, вопрос «сезонности» будет стоять так же остро, как и сейчас. В целом в мире бизнес развивается, значит увеличивается количество командировочных, что приводит к развитию гостиничного бизнеса в том числе. Так и Россия может «обзавестись» еще не одним городом, имеющим популярность среди бизнес-туристов, если эти города станут основным звеном в цепи какой-либо индустрии.

Подводя итог, я хотела бы отметить, что невозможно отдать предпочтение какой-то одной проблеме и «закрыть глаза» на остальные, поскольку все они слишком связаны между собой. До тех пор, пока мы не повысим уровень сервиса, не в силах будем привлечь достаточное количество бизнес-туристов для развития и расширения прочих сфер бизнеса. Пока не обучим людей и не будем иметь высококвалифицированный персонал, не сможем повысить уровень сервиса. Пока не научимся грамотно использовать методы мотивации, не удержим высококвалифицированные кадры.

Вышесказанное свидетельствует, что существующие проблемы в сфере гостеприимства следует решать в совокупности. Надо быть готовым к переменам и открытым для использования современных программ и технологий, если это действительно может помочь побороть негативную сторону менталитета русского человека, сохранив при этом нашу врожденную гостеприимность.

Литература

1. Тейлор Ф.У. Принципы научного менеджмента: пер. с англ. Зак А.И. М.: Контроллинг, 1991.
2. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрией туризма. 4-е изд., испр. и доп. М.: КНОРУС, 2016. 438 с.

А.Д. Окутина

студент

М.А. Жукова

д-р экон. наук, проф.

(ГУУ, г. Москва)

СОВРЕМЕННЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ ХОСТЕЛОВ

Развитие хостелов в России не имеет длительной истории по сравнению с Европой. В то время как в Москве первый хостел был открыт в 2005 г., европейские существовали уже более 80 лет. Изначально идея хостела заключалась в предоставлении бюджетных услуг по размещению молодых и активных людей. Однако в настоящее время в хостелах останавливаются всё более разнообразные типы туристов. Это стало возможным благодаря

широкому перечню услуг, предоставляемых хостелами, а также дифференциации услуг, начиная от оформления номерного фонда, и заканчивая ценовой политикой.

В Европе хостелы пользуются большой популярностью у людей с небольшим достатком, т.к. небольшая стоимость проживания способствует посещению большого количества мест, достопримечательностей, развивая и расширяя кругозор путешественников. К тому же согласно исследованиям, туристы готовы тратить много денег на впечатления, экономя на размещении [1].

Хостел являет собой систему размещения, предоставляющую своим гостям на короткий период жильё (около 3-14 суток в отличие от обычного общежития), которое, как правило, состоит из спального места без дополнительных удобств в комнате. Ванная комната и кухня – места общего пользования, но, обычно, это не вызывает проблем, так как в среднем гости пользуется санитарным узлом только по утрам и вечерам.

Уменьшение стоимости проживания в хостелах для туристов происходит как за счет «кучности» постояльцев, так и за счет количества предлагаемых в хостеле услуг. Хотя существует тенденция предложения некоторых услуг, присущих гостиницам более высокой категории: телевидение, сейф, химчистка, бесплатные завтраки, организация экскурсий и т.д.

Как упоминалось ранее, молодежь и студенты являются основной аудиторией хостелов. Однако, согласно последним исследованиям, тенденция спроса сместилась в сторону более старшей клиентуры [1].

Люди в возрасте от 25 до 34 лет в большинстве случаев останавливаются в хостелах. Данный сегмент гостей составляет 50% от общего спроса. Исчезновение возрастных категорий, направление маркетинга на разнообразную клиентуру – всё это позволяет хостелам охватить более широкий возрастной сегмент. Кроме того, происходит расширение целевой аудитории за счет деловых и семейных путешественников [2]. Разные возрастные категории гостей хостелов объединяет то, что они предпочитают путешествовать без помощи туристических агентств, самостоятельно, заинтересованы культурой и историей посещаемого города, много общаются.

Чаще всего в московских хостелах останавливаются европейские туристы. В последнее время в распределении гостей хостелов по странам существует тенденция увеличения количества русских и азиатских постояльцев. Это обусловлено приростом турпотока из Китая, Таиланда и других азиатских стран в Россию. Помимо этого, часто останавливаются студенты и группы спортсменов из российских городов и стран ближнего зарубежья.

По данным департамента национальной политики, межрегиональных связей и туризма, в Москве осуществляют свою деятельность 213 гостиниц с 50 и более номерами, а также 466 малых отелей и 352 хостела, с общим номерном фондом более 50 тысяч номеров или 92,1 тысяч мест. Из них примерно 75% номеров принадлежит сегменту эконом-класса, хостелам и мини-отелям (экономичный сегмент), остальные 25% – бизнес-классу [3].

Последние 3 г. количество МСР в среднем увеличивалось ежегодно на 10%. В основном речь идёт о хостелах, спрос на которые находится на стабильно высоком уровне, а их заполняемость в среднем выше, чем в гостиницах три звезды. Это обусловлено большой долей сегмента непритязательных туристов, которые не предъявляют к сервису высоких требований. В преддверии чемпионата мира по футболу спрос на хостелы может увеличиться до 6000 мест, в то время как в Москве имеется только

половина – около 3000 мест. С учетом этих данных прогнозируется 20%-ный рост хостелов в столицах [4].

Однако действующее законодательство, которое регулирует правила создания хостелов, нуждается в изменениях для увеличения числа таких средств размещения, а также повышения качества предоставляемых в них услуг. В настоящее время принят проект закона, по которому открытие хостелов в многоквартирных домах станет невозможным. С учетом того, что большинство действующих хостелов России находятся в квартирах, необходима коррекция правил их функционирования, принимая во внимание интересы владельцев хостелов и соседей.

Хостел в многоквартирном доме имеет свои достоинства и недостатки. Относительно небольшие вложения на создание хостела в квартире, меньший пакет документов для оформления в сравнении с нежилым помещением можно отнести к достоинствам открытия такого средства размещения. В зависимости от наличия прав собственности на квартиру, соответствия исходного ремонта и желаемого затраты на открытие хостела в квартире составят от 1,5 до 4,5 млн. руб. Если принято решение о переводе квартиры в нежилой фонд или аренде жилого помещения, то увеличение затрат приводит к увеличению срока окупаемости при одинаковой стоимости размещения. Успешное функционирование такого хостела невозможно без хороших отношений с соседями. Обычно недовольство соседей вызвано постоянной занятостью лифта, износа общей инфраструктуры зданий и общедомовых сетей, дополнительными расходами на оплату коммунальных услуг, которые потребляют гости, а также их социальный статус – часто ими являются нелегалы, подозрительные лица, т.е. не туристы.

В связи с проведением чемпионата мира по футболу в городах-участниках осуществлять свою деятельность смогут те средства размещения, которые прошли классификацию и получили свидетельство о присвоении категории. По итогам проведения данных мероприятий ожидается получение приведения качества и стоимости услуг средств размещения к единому стандарту. Также это поможет туристам лучше ориентироваться в выборе средства размещения с возможностью выбора уровня сервиса. Система категорий должна облегчить задачу путешественникам при планировании расходов на проживание. Повышению доверия со стороны гостей способствует получение свидетельства. Также планируется, что в системах Интернет-бронирования booking.com, ostrovok.ru, hrs.com будет отображаться информация о прохождении средством размещения классификации. В настоящее время классификацию прошли порядка 200 хостелов Москвы [4].

Можно сделать вывод, что проблемы, сопровождающие открытие и дальнейшую деятельность таких средств размещения как хостелы, должны быть решены в преддверии ЧМ по футболу. Основываясь на ожидаемом приросте МСР, необходимо разработать единые стандарты для хостелов для удовлетворения потребности туристов в недорогом размещении. Повышение туристской привлекательности столицы, развитие внутреннего и въездного туризма связано с дальнейшим расширением такого сегмента средств размещения как хостелы.

Литература

1. Economy brands target experiential travelers // HNN URL: <http://www.hotelnewsnow.com/Articles/27609/Economy-brands-target-experiential-travelers> (дата обращения: 15.10.2016).

2. Families consider alternative accommodations // HNN URL: <http://hotelnewsnow.com/articles/27027/Families-consider-alternative-accommodations> (дата обращения: 15.10.2016).

3. Департамент национальной политики, межрегиональных связей и туризма города Москвы URL: <http://welcome.mos.ru/> (дата обращения: 18.10.2016).

4. Около 800 московских отелей прошли классификацию перед ЧМ по футболу // Официальный сайт Мэра Москвы URL: <https://www.mos.ru/news/item/16530073> (дата обращения: 18.10.2016).

Ф.М. Чан
аспирант
(ГУУ, г. Москва)

ТУРИЗМ АСЕАН В СОВРЕМЕННОЙ ТЕНДЕНЦИИ ТУРИСТСКОГО СПРОСА

В процессе развития гостиничного и туристского бизнеса (ГТБ), необходимо учитывать потребность туристов, которая является разнообразной, безграничной и измененной. Понимание и исполнение данных потребностей служат задачами производителей и поставщиков гостиничных и туристских услуг (ГТУ). Однако в современном обществе успешные производители и поставщики ГТУ имеют способность вовлечения потребителей в «новые веяния», так как они лучше понимают своих клиентов. Это не только позволяет им удовлетворить потребность туристов, но и развить свои потенциалы, преимущества, укрепить и защитить свою позицию в конкурентной борьбе.

При исследовании туризма АСЕАН в связи с современной тенденцией туристского спроса мы провели опрос среди туристов с 16 лет, которые приезжают из стран АСЕАН, и других стран вне АСЕАН. Полученные результаты позволяют сделать нижеперечисленные выводы.

Большинство поездок связано с целью совершенствования и углубления знаний о природе, истории, культуре и настоящем человечества. Это является одной из незаменимых потребностей человека в современном обществе. Кроме того, туристы также обращают внимание на большую роль природы в жизни человека. Следовательно, тенденция участия в туристских турах для наслаждения природой, использования экологических продуктов или отдыха, применения методов лечения, профилактики заболевания, восстановления физических и духовных сил также развита и заинтересует их. Это является популярными видами туризма, которые не только позволяют АСЕАН использовать свои потенциалы, но и способствуют распространению, сохранению традиционной ценности и защите экологии.

На сегодняшний день пляжный туризм, являющийся преимуществом стран АСЕАН, продолжает привлечь туристов (53,3%). Туристские деятельности и услуги на морях также разнообразятся для удовлетворения потребностей и увеличения времени пребывания туристов. Сокращение времени, отводимого на отпуск (отказ от длительных отпусков в пользу нескольких краткосрочных) и стремления к более интенсивному и качественному отдыху в условиях ограниченного времени [1, с. 346] также является тенденцией, ведущей к выбору пляжного отдыха, который позволяет

туристам максимально получить наслаждение природой и свежим воздухом, снизить давление на работе. Немало туристов предпочитают пляжный туризм в теплых местностях для избежания от суровой зимы.

Около 40% респондентов заинтересуют группу факторы «море – солнце – песок – шоппинг». Специалисты считают, что тенденция отдыха исключительно по принципу «море – солнце – песок», на сегодняшний день менее привлекательна по сравнению с тем, как было раньше [1]. Однако добавление фактора «шоппинг» может вызвать у туристов представление об идеальном туре, который удовлетворяет потребность в наслаждении жизнью. По сравнению с другими группами факторов (достопримечательность – спорт – шоппинг; гостеприимство – честность – наследие – история – герои; санитария – здоровья – безопасность – спокойствие – сервис – удовлетворение) группа факторов «море – солнце – песок – шоппинг» может быть более предпочтена.

Однако только малое количество респондентов (7,7%) заинтересуются группой факторов «растение – фауна – фольклор», которая должна больше получить внимание для повышения эффективности распространения, защиты экосистемы и традиционных ценностей АСЕАН.

Деревни и горы стран АСЕАН, где скромные доходы населения только выжидают сельское хозяйство и туризм, ценность природы, традиционнокультурные ценности богаты и должны быть распространены и сохранены, в практике малоизвестны туристами. Модель home-stay стимулирована в таких местностях стран АСЕАН для повышения эффективности распространения и развития местной культуры, улучшения уровня жизни жителей, обеспечения потребностей в средстве размещения туристов при недостатке инфраструктур. Однако по сравнению с другими видами средства размещения количество туристов выбирает данную модель много скромнее (8,8%).

Тенденция выбора малых и средних отелей или хостелов продолжает доминировать (62,6%). Так как они удовлетворяют необходимые потребности на поездках с умеренной ценой, соответствующей платежеспособности туристов с средним и низким доходом. Кроме того, данные малые и средние отели, хостелы, как правило, расположены в непосредственной близости от исторических достопримечательностей [3, с. 66], где туристские услуги развиты и разнообразны, безопасность также обеспечена, затраты (времени и денег) на передвижение минимизированы. Поэтому планирование о программе поддержки малых и средних предприятия (SME) экономического сообщества АСЕАН имеет большое значение для повышения качества обслуживания и управления отелями данной категории. Тем не менее, необходимо усилить рекламно-информационные деятельности и повысить качество обслуживания модели home-stay.

Длительные морские побережья позволяют странам-членам АСЕАН развивать систему водного транспорта для обслуживания в сфере туризма. Однако он действительно не привлекательный для туристов (2,4% респондентов). Поэтому совершенствование водного транспорта в регионе АСЕАН для диверсификации туристских продуктов, привлечения больше туристов и снижения перегрузки сухопутного и воздушного транспорта должно рассматриваться.

Тенденция самостоятельных организованных поездок становится более популярной. Это легко можно понять, что развитие современного общества, в котором туристские услуги становятся более разнообразными, развитыми и популярными, человек, особенно молодой становится более активным, с помощью информационной технологии, он может найти все необходимые информации для подготовки своей поездки. Кроме того, самостоятельные

организованные поездки позволяют туристам более активно управлять своим временем, выбирать услуги, удовлетворяющие потребности и соответствующие платежеспособности, свободно посещать и раскрывать мир, улучшить свой жизненный опыт и т.д.

Готовые туры турфирм более подходят туристам свыше 55 лет, но постепенно становятся менее привлекательными. Поскольку они более направлены на количество чем качество, т.е. чем больше количество туристских деятельностей в течение одного дня, тем лучше сокращения времени пребывания туристов, это позволяет снизить цену на туры, но не совсем удовлетворить потребность, и даже вызывает усталость для туристов из-за постоянного передвижения, особенно для пожилых.

С точки зрения туристов культурно-познавательный туризм, лечебно-оздоровительный и экологический туризм являются наиболее популярными видами в АСЕАН. Однако нельзя вполне зависеть от этого преимущественных видов туризма, а необходимо представить туристам красоту и привлечение в многосторонних обликах. Чем больше виды туризма в АСЕАН известны, тем больше выбор для туристов, больше факторы, привлекающие их приезжать и возвращаться в АСЕАН. Экстремальный и деловой туризм, являющиеся потенциальными видами туризма стран АСЕАН, малоизвестны и не действительно впечатлили туристов. По месту назначения горный туризм и деревенский туризм в АСЕАН менее популярны (в соответствии 5,3% и 11,8%).

Мы сравниваем группу респондентов, которая никогда не была в АСЕАН (группа А), с группой респондентов, которая были в АСЕАН (группа Б). Впечатления группы А создаются благодаря фантазией, информацией, имиджам, рассказам, документальным фильмам о АСЕАН, рекламе и т.д., а у группы Б – фактический опыт. Исходя из этого, можно увидеть влияние рекламной информации на туристов, их ожидания, и оценки туристов с практическим опытом. Гостеприимство является одним из факторов, считающихся хорошим впечатлением о АСЕАН для группы А (26,7%). Однако действительно данный фактор не оставляет такое впечатление для группы Б (12,9%).

Тем не менее, существуют многие факторы, оказывающие большое влияние на психологию туристов, и вполне могут становиться препятствием для развития туризма АСЕАН. Результаты показывают, что нестабильное социально-политическое состояние и уровень безопасности транспортной системы являются большими препятствиями для туристов в АСЕАН. Сравниваем 2 группы респондентов, мы увидим, что существует относительно большая различия в оценках между ними о беспокойстве при путешествии в АСЕАН: нестабильное социально-политическое состояние, безопасность транспортной системы, проблема иностранного языка и особенно цена на товары и услуги для туристов выше, чем реальная. Проблема цены на товары и услуги для туристов фактически существует в АСЕАН. Она выражает негостеприимность местных жителей, неэффективное управление рынком и оказывает влияние на психологию туристов, снижает престиж туризма АСЕАН в их глазах. Кроме того, данная разница также показывает, что честность в рекламе и уточнение туристской информации являются слабой стороной туризма АСЕАН.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что направление развития туризма АСЕАН совпадает с современной тенденцией туристского спроса. Однако существуют потенциалы, которые должны быть более развиты для обеспечения устойчивого развития региона, в практике не эффективно

использованы и не привлекают туристов (модель home-stay, туризм на водном транспорте, туризм в деревнях, горах и т.д.). Нарастание тенденции самоорганизации поездок показывает, что качество и диверсификация услуг и туров является актуальным вопросом для туроператоров как АСЕАН, так и в мире. Сфера ГТБ стран АСЕАН активно развивается, но не наносит туристам полный и всесторонний имидж о туризме АСЕАН. Вопросы о честности в рекламе, уточнении туристской информации в АСЕАН, стабилизации социально-политического состояния, инфраструктуре и негостеприимстве также представляют собой «типичные» недостатки туризма АСЕАН.

Литература

1. Менеджмент туризма: учебник / А.Д. Чудновский, Н.В. Королев, Е.А. Гавилова, М.А. Жукова, Н.А. Зайцева. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 575 с.

2. Чудновский А.Д. Теория и методология социально-экономических исследований в туристской индустрии: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, А.В. Кормишова. М: КНОРУС, 2014. 480 с. (Бакалавриат).

Е.А. Шиканова
магистр
(ГУУ, г. Москва)

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВЕННОГО СЕРВИСА В РОССИЙСКИХ ГОСТИНИЦАХ

Гостиничный бизнес представляет собой одну из основных отраслей экономики в Российской Федерации. Несмотря на то, что главной целью гостеприимства является удовлетворение запросов гостей, не все гостиницы, особенно в небольших городах России, уделяют большое значение этому фактору. Известно, что обеспечить хорошее обслуживание и тем самым удовлетворить пожелания гостя – задача достаточно сложная; одна из основных причин кроется в том, что в нашей системе образования не уделяют достаточно времени и сил тому, чтобы научить будущих специалистов гостиничного дела правильному обслуживанию клиентов. Лишь очень немногие компании придают должное внимание обучению своих служащих правильному сервису. Отсюда и вытекает проблема достижения успеха в обслуживании гостей.

Очевидно, что персонал любой компании, в данном случае гостиницы, является ядром этой компании. Очень важно тщательно отобрать, проинструктировать и подготовить к будущей работе студентов или выпускников специализированных учебных заведений, так как в настоящее время ощущается острый недостаток в действительно квалифицированных кадрах. Но бывает и так, что уже принятый на работу сотрудник, пусть даже имеющий большой запас знаний, полученный в вузе, может быть не вполне заинтересованным и мотивированным к труду. Возникает следующий вопрос: почему так происходит?

Важно заметить, что программы мотивации в гостиничном секторе в России неразвиты. Сотрудники должны получать нематериальное вознаграждение в такой же степени, как и материальное. Система поощрений

играет очень важную роль в карьерном развитии человека, решившего связать свою жизнь с гостиничным бизнесом. В нашей стране принята так называемая «карательная система»: за ошибки сотрудника ругают, а похвалы за свои достижения он не получает. В итоге все приходит к тому, что человек начинает «плыть по течению»: он безразлично относится к своей работе, зная, что даже если он сделает все правильно, его не оценят, не похвалят. От этого страдает не только он сам, но и имидж компании. Гости, видя такое не очень вежливое и хорошее отношение к себе, стараются больше не посещать данную гостиницу, не рекомендовать её друзьям и решать возникшие проблемы, если таковые появятся, самостоятельно, без привлечения к ним руководства гостиницы.

Примером не очень вежливого отношения к гостю может служить реакция сотрудника стойки приема и регистрации: так, служащий на рецепции может поприветствовать гостя улыбкой, пусть и наигранной, но затем, обслуживая его, может даже не взглянуть на него, находясь в поиске необходимой информации на своём компьютере. В итоге у гостя складывается довольно противоречивое мнение о служащих и о гостинице вообще уже с самого приезда.

Приведём пример «семи смертных грехов обслуживания», которые цитирует в своём бестселлере «На службе Америки» Карл Альбрехт:

- 1) Апатия;
- 2) Холодность;
- 3) Отказ;
- 4) Роботизация;
- 5) Замкнутость;
- 6) Увиливание;
- 7) Слишком строгое следование правилам¹.

Так что же необходимо сделать для того, чтобы повысить успех в обслуживании и мотивировать персонал гостиницы работать лучше для достижения высоких результатов работы?

Руководитель должен разъяснить своим подчиненным, что для достижения этой цели необходимо уделить все своё внимание гостям (тепло поприветствовать по приезде в гостиницу, улыбаться, поддерживать зрительный контакт, помогать ему в процессе адаптации в новом месте); предугадывать запросы гостей и удовлетворять их по мере возникновения; при отъезде гостя нужно продемонстрировать доброжелательность (пожелать ему доброго пути и выразить надежду увидеть его снова). Кроме того, сотруднику важно предоставить информацию об обслуживании разных категорий граждан, например – лиц с ограниченными возможностями. Ведь деятельность работников сферы гостеприимства должна быть направлена на улучшение жизни людей, которых они обслуживают. Гостю важно чувствовать себя комфортно, чувствовать, что ему рады и его пожелания охотно исполняют – именно тогда он поймёт и оценит весь тот труд, который вкладывают работники той или иной гостиницы.

Безусловно, в больших пятизвездочных гостиницах России сервис содержится на высоком уровне, чего не скажешь о небольших гостиницах в разных районах России. Там гостиницы до сих пор содержатся в не очень хорошем состоянии: ремонт отсутствует со времён СССР, негативная реакция персонала на клиентов оставляют не самые приятные впечатления об отдыхе у туристов, особенно у иностранцев. Неудивительно, что после посещения данных гостиниц у них складывается впечатление о России, как о стране,

¹ Уокер Джон Р. Введение в гостеприимство. 4-е изд. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. С. 13.

которая не только «отстаёт от остальных мировых держав по уровню жизни», но и по уровню и качеству предоставления услуг.

Если говорить о мотивации персонала к добросовестному труду, особенно на примере последних гостиниц, надо сказать, что сотрудников надо научить любить свою работу. Если человек отдаётся любимому делу, то он нацелен на результат и пытается сделать все от него зависящее, чтобы не только начальник был им доволен, но и он сам был удовлетворён результатами своей деятельности.

Следует отметить, что сотруднику не только важно получать заработную плату вовремя, но и нематериальные поощрения в виде похвалы, приятных бонусов, участия в различных мероприятиях (банкеты, корпоративные мероприятия). Атмосфера временной отвлеченности от работы, возможности проявить себя как личность, а не только как очередной маленький винтик в большом механизме, очень положительно влияет на качество работы и отношение к ней самого сотрудника.

Таким образом, разработав хорошую систему мотивации и задействовав все силы сотрудников в работе, в том числе и креативные идеи по улучшению обслуживания, можно добиться высоких показателей работы и, что самое главное – уважения со стороны его подчиненных и готовности "болеть" за свое дело любимое душой не только гостям, но и самим себе.

Литература

1. Уокер Джон Р. Введение в гостеприимство. 4-е изд. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. 735 с.

А.В. Яндуганова
магистр
(ГУУ, г. Москва)

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ТУРИСТОВ В МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

Несмотря на свое активное развитие, международный туризм испытывает ряд проблем, связанных преимущественно с угрозой безопасности туристов: международный терроризм, геополитические конфликты, болезни и эпидемии, природные катаклизмы и катастрофы, преступность.

В последнее время наиболее актуальной является проблема международного терроризма. Теракты наносят ущерб международному туризму, они осложняют процесс оформления и осуществления туристических поездок за границу. В качестве примера можно рассмотреть ситуацию. В настоящее время тунисская туристская индустрия с трудом восстанавливается после двух терактов в 2015 г. Первый произошел в марте в музее Бардо, среди пострадавших в основном были европейские туристы, которые прибыли на круизных лайнерах Costa и MSC – после чего эти операторы исключили этот город из программ. Второй теракт произошёл летом 2015 г. – 38 человек были расстреляны на пляже курорта недалеко от города Сус. Большая часть пострадавших – это британские туристы, поэтому Министерство иностранных дел Великобритании рекомендовало своим гражданам в дальнейшем не посещать Тунис [3].

Примером геополитического конфликта можно считать ухудшение отношений между Турцией и Россией после того, как российский бомбардировщик Су-24 был сбит турецкими военными. В результате чего, по данным Ассоциации туроператоров России, Анталия в общей сложности только за 10 месяцев потеряла 4,4 млн. организованных туристов (-47% к уровню 2015 г.). На рынках России и Германии, которые являются ключевыми для курорта, совокупные потери составили 3,5 млн. человек. Немецких туристов за январь-октябрь приехало на 31% меньше (2,15 млн. человек). Самое большое падение в динамике по сравнению с прошлым годом показал рынок Франции (-86%), а также рынки Чехии и Словакии (-84%). Падение на российском рынке до сентября 2016 г. было самым значительным – до 89%.

Болезни и эпидемии отпугивают туристов, посещающих Африку – возникновение новых источников эпидемий, обнаружение новых вирусов, а также недостаточная изученность ранее известных ещё долго будут отталкивать туристов от данного региона. Более того, в Индии, Лаосе, Иране, Индонезии, Анголе и Бразилии можно заразиться холерой. Именно в жарких странах возбудители этой болезни очень активны. Они попадают в организм человека с грязной пищей и неочищенной водой. Особенно опасными считаются продукты, которые не подвергаются тепловой обработке, – сырые фрукты, салаты, студни, молоко. Заражение возможно и через загрязненную посуду и постельное белье [2].

Говоря о природных катаклизмах и катастрофах, следует помнить, что они могут произойти в любой точке мира. Такие события характерны для стран с повышенной сейсмической активностью: Япония, Индонезия, Турция, Калифорния (США), Чили. В случае возникновения таких стихийных бедствий огромное значение приобретает психологический аспект, который сдерживает туристов от поездок в данные регионы, иногда даже и после ликвидации последствий природных катастроф. Например, 11 марта 2011 г. у восточного побережья острова Хонсю в Японии произошло землетрясение магнитудой от 9,0 до 9,1 баллов, последствием которого стало цунами, нанесшее огромный ущерб префектурам Мияги, Иватэ и Фукусима. Это землетрясение также вызвало аварию на АЭС Фукусима. Катастрофа сильно ударила по экономике Японии, а её ущерб до сих пор подсчитывают (на данный момент официальная цифра составляет 198-309 млрд долл.).

По итогам 2011 г. число иностранных туристов, посетивших Японию, составило 6,2 млн. чел., что на 30% меньше показателей 2010 г. Это самый большой спад за 40 лет.

В последнее время в мире довольно широко распространяется такое негативное явление, как *преступность*: нападения и ограбления туристов, изнасилования, убийства. Несколько стран для примера: США, Египет, Индия, Пакистан, Испания, Великобритания, Израиль, Россия, Турция и т.д.

Международный терроризм, геополитические конфликты, болезни и эпидемии, природные катаклизмы и катастрофы, преступность оказывают колоссальное отрицательное влияние на экономику стран и отрасль туризма в частности. Проблема безопасности в нынешнем мире занимает одну из самых серьёзных позиций, являясь глобальной проблемой современности.

Туризм, учитывая специфику социально-экономической деятельности, неразрывно связан с опасностью, возникновением определённых рисков, и это касается не только экстремального туризма. Если не знать элементарных правил поведения в экстренной ситуации, то даже обычная экскурсия по достопримечательностям города может привести к неприятным последствиям [4].

Опасности угрожают не только человеку, но и обществу, государству, так как каждый человек является жителем данного города, гражданином данной страны. Поэтому профилактика опасностей и обеспечение безопасности в туризме – приоритетная задача любого государства. Так как туризм, связанный с временными выездами с постоянного места жительства и воплощением своих познавательных, профессионально-деловых, оздоровительно-спортивных и других целей, относят к опасным путешествиям. В таком деле значительную роль должны играть государственные органы и национальные туристические администрации, в обязанности которых входит обеспечение соответствующего уровня взаимодействия со всеми участниками туристического процесса в сфере туризма [1].

Безопасность туристов должна быть обеспечена хорошо продуманной, комплексной системой мер, основанной на законодательной базе государства, для создания условий, при которых любое происшествие с туристом заведомо не могло бы произойти. Принятые меры безопасности не должны негативно влиять на интересы, права и свободы туристов и местного населения, во избежание возникновения культурных конфликтов, которые достаточно широко распространены в туризме, так как различие культур и обычаев разных народов и стран часто приводит к недопониманию, а порой и к трагическим последствиям.

Литература

1. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: учебник. М.: КноРус, 2015. 192 с.
2. Писаревский Е.Л. Туризм и обеспечение его безопасности: административно-правовой аспект. М.: Юрист, 2011. 496 с.
3. Тунис: итоги летнего сезона // Travel Russian News URL: <http://www.trn-news.ru> (дата обращения: 31.10.2016).
4. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма России в современных условиях: учебник / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. М.: КноРус, 2015. 416 с.

СЕКЦИЯ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Г.В. Бутковская
канд. экон. наук, доц.
Е.Т. Аремеско
студентка
(ГУУ, г. Москва)

НАТИВНАЯ РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ КОММУНИКАЦИОННОЙ КАМПАНИИ

Нативная реклама – все еще новинка в российской digital-среде, в то время как на западе это один из самых обсуждаемых трендов последних двух лет [1].

Зарубежные рекламодатели, а также СМИ, использующие нативный формат рекламы уже научились решать свои бизнес-задачи посредством внедрения в программы продвижения данного инструмента и имеют достаточный опыт, как и на что работает такого рода реклама.

Общий доход от всех видов нативной рекламы в мире по прогнозам специалистов в 2018 г. может приблизиться к 21 млрд. долл., в то время как в 2013 г. он составлял 4,7 млрд. долл. [2].

Необходимо отметить, что общепринятого определения нативной рекламы пока не существует. Некоторые специалисты определяют её как подвид контент-маркетинга. В общих словах – это реклама, которая не бросается в глаза, а органично встраивается в контент сайта или приложения и соответствует им по формату и по содержанию.

Такую рекламу часто называют «естественной», в противовес традиционной «медийной». Она не имеет ничего общего с прямолинейными призывами заказать или купить, кричащими баннерами или размещением на разных сайтах одних и тех же продающих статей. Основная цель размещения таких спонсируемых материалов – это работа на узнаваемость бренда и лишь косвенно на продажи. Упоминание рекламируемого продукта или компании в ней выглядит ненавязчиво, поэтому, как правило, не вызывает отторжения пользователей.

В литературе по маркетингу можно встретить такое мнение, что нативная реклама используется как инструмент для получения более широкой аудитории для дальнейших действий в рамках входящего маркетинга [3].

У нативной рекламы есть несколько форматов, в которых может распространяться информация о рекламируемом бренде, товаре или услуге. Это может быть как обзорная статья или пост, так и отзыв нерекламного характера, видеоролик, вопросники или интерактивные тесты и квесты.

Существует несколько причин, которые способствовали появлению и распространению данного digital-инструмента в мировой рекламной индустрии.

Во-первых, это появление такого явления как «баннерная слепота», которое было открыто еще в конце 20 века, и которое уже тогда описывало тенденцию к изменению пользовательского поведения в сети Интернет. Суть данного явления заключалась в том, что опытные пользователи практически переставали замечать рекламные блоки, размещенные в фиксированных местах на сайтах. Нативная же реклама всегда располагается среди основного контента, поэтому ее сложно проигнорировать.

Во-вторых, это появление и повсеместное распространение такого программного обеспечения, как рекламные блокировщики. Самым ярким представителем данного ПО является Adblock, который сильно снизил доходность от ее размещения. В случае с нативными форматами этот инструмент не работает, да и сами разработчики блокировщиков готовы признать «естественный» контент допустимым, если он исполнен качественно и маркирован как рекламный.

В-третьих, процессу становления рынка нативной рекламы поспособствовал рост мобильного трафика. Медийная реклама на таких платформах малоэффективна – ее сложно размещать на небольших экранах так, чтобы она не мешала пользоваться приложением или мобильной/адаптивной версией сайта. По данным отчета The 2015 Native Advertising Report from the MMA, нативная реклама в 10 раз эффективнее, чем использование баннеров, а пользователи взаимодействуют с ней в 3 раза активнее [1].

Конечно, все эти тренды, которые появились на западном рекламном рынке, плавно актуализировались и на просторах Рунета. Многие крупные бренды, которые представлены по всему миру, перенимают опыт западных коллег и сами внедряют современные инструменты в стратегию продвижения и на российском рынке. Они могут писать статьи и публиковать их на независимых ресурсах, разрабатывать различные интерактивные механики. Однако в настоящее время появилось множество сервисов, которые облегчают работу рекламодателей и предлагают свои услуги по разработке и размещению рекламных объявлений в соответствии с основными принципами нативного формата рекламы, и деятельность которых может быть интересна и крайне полезна для представителей малого и среднего бизнеса.

Самым первым и крупным B2B-сервисом по размещению нативной рекламы на просторах Рунета стал сервис Relap. Это платформа, помогающая транслировать рекламный контент на крупнейших медиаплощадках, таких как tjournal.ru, lifehacker.ru, izvestia.ru, forbes.ru, ria.ru и множестве других сайтов.

Суть работы сервиса Relap заключается в трансляции релевантного рекламного объявления в блоках рекомендаций типа «Читайте также» или «Вам будет интересно» и т.д., то есть непосредственно в том месте, где пользователь ресурса уже привык потреблять контент, на которое он точно обратит внимание, ознакомившись ранее с другими материалами площадки. Тем самым, решается проблема баннерной слепоты и переноса негатива от всем уже привычного медийного формата рекламы на сам рекламируемый бренд. Также виджет, в котором и будет транслироваться рекламный ТГБ, адаптирован и под мобильные версии медиаплощадок, так что рекламодатель может не бояться потерять часть трафика СМИ и нужный ему охват.

Помимо трансляции классического ТГБ в блоке рекомендаций, сервис предлагает так называемый Inline-формат, т.е. врезку в статьи сайтов СМИ. Он может быть как статичным текстово-графическим блоком, так и с интерактивными возможностями (тест, игра или квест), т.е. в зависимости от целей рекламной кампании будет создаваться специальный лендинг, на который и поведут трафик с релевантных площадок для совершения целевого действия. И все в том же Inline-формате может транслироваться таргетированная видео-реклама, которая также позволит целевой аудитории вступить во взаимодействие с брендом.

Литература

1. Бахарев И. Нативная реклама: продающий контент с человеческим лицом. 2016. – 11 апреля [Электронный ресурс] URL:<http://www.e-pepper.ru/forum/reklama-internet-magazina/nativnaya-reklama-prodayushhij-kontent-s-chelovecheskim-licom.html> – (дата обращения: 25.10.2016).
2. Сумарокова Е.В., Бутковский Ю.В. Технологии нативной рекламы // Интернет-маркетинг. 2016. № 3.
3. Steve Hall. How Inbound Marketing Can Fuel Native Advertising. – 2013. – 18 February [Электронный ресурс] URL:<http://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/34166/How-Inbound-Marketing-Can-Fuel-Native-Advertising.aspx>.(дата обращения: 25.10.2016).

Н.В. Вакурова
канд. филол. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

РУССКИЙ ЯЗЫК КАК ИНСТРУМЕНТ PR И РЕКЛАМЫ В УСЛОВИЯХ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ЭКСПАНСИИ

Реклама и связи с общественностью в глобализованном мире стали важнейшими видами коммуникационной деятельности, инструментом которой является язык.

В настоящее время исследователи русского языка все чаще обращаются к вопросам, связанным с заимствованиями в языке рекламы и PR. Актуальность этой проблематики заключается в том, что, несмотря на очевидную необходимость соответствия отечественным реалиям, тексты зарубежной рекламы переводятся на русский язык без учета того, что их тематика может полностью или частично не соответствовать российскому менталитету. Наряду с этим отечественная реклама использует в текстах большое количество варваризмов и окказионализмов, построенных на объединении русской и иноязычной лексики. Чаще всего варваризмы (не переведенные на русский язык английские слова и аббревиатуры) обозначают названия фирм, компаний, марок и брендов: Head and Shoulders, Almari Gold, Cupivip.ru, Creasy sale, Ahmad Tea. Также сюда относятся профессиональные термины и аббревиатуры: SMM, PR, product placement, IT, digital. Сюда же относятся кальки (непереведенные слова, пишущиеся по-русски): копирайтинг, мерчадайзинг, мониторинг, секьюрити, ресепшн, комплайенс и другие.

Применение нехарактерных для русского языка слов, форм, устойчивых сочетаний и синтаксических конструкций зачастую приводит к так называемым «коммуникативным неудачам» (снижению коммуникативной эффективности). В лингвокультурологии существует понятие «коммуникативных лакун», возникающих из-за различий в картинах мира и ментальных моделях, а также по причине нарушений речевого поведения или неправильного прочтения речевой интенции: «Многие «коммуникативные помехи» кроются в природе языковых единиц: многозначности слов и конструкций, неточной денотативной и референтной соотнесенности номинаций, в окказиональных образованиях и т.д.» [2, с. 32].

Как пишет Е.Н. Сердобинцева, «иностранные слова не отличаются выразительностью, так как образ, первоначально содержащийся в слове, непонятен, чужд носителям языка-приемника. При переходе в другой язык значение слова утрачивает определенное количество сем, в том числе и коннотативных. Иноязычные слова не вызывают известных языковых ассоциаций, поэтому их трудно сохранить в памяти с последующим воспроизведением» [4, с. 13]. Очевидно, что это имеет самое прямое отношение к рекламному тексту, главным критерием которого является ассоциативность.

Текущая волна заимствований не является самой крупной в истории по сравнению с тем, что происходило при царе-реформаторе Петре Первом. Процесс никогда не был односторонним. Заимствования из русского есть во многих языках, причем известны как прямые заимствования (например, «бистро»), так и смысловые кальки («сателлит» – Спутник). Нынешняя волна отличается, прежде всего, тем, что проводником внедрения новых слов

является в значительной степени рекламная и PR-коммуникация. Так, например, проведенный нами экспертный опрос выявил канал скрытой рекламы и PR для внедрения в массовое сознание праздников глобализующего формата: День святого Валентина, День святого Патрика, Хэллоуин, а также персонажей западной культуры – Санта Клауса, Бэтмана, Микки Мауса и других.

Если говорить о состоянии русского языка сегодня, то трудно не заметить, что англоязычные заимствования постепенно адаптируются к грамматической системе русского языка и прочно обосновываются в ней либо в качестве терминов, либо в качестве профессионального сленга: PR – пиарщик, пропиарить, пиариться; IT – айтишник, креатив – креативить, мониторинг – мониторить, промониторить. Кроме того, в русском языке появились не свойственные ему понятия, обозначенные выражениями в переносном значении, например «дорожная карта» в значении «долгосрочный, перспективный план». В этом случае можно говорить о появлении нового фразеологизма, имеющего не только образный смысл, но и прямое терминологическое значение.

Важно отметить и такую тенденцию в современном языке, как смешение (контаминацию) различных функциональных стилей и лексических единиц, в том числе русскоязычных и заимствованных. По утверждению современного лингвиста М.А. Кронгауза, один и тот же человек может использовать разные стили (регистры) языка в зависимости от окружения и сферы общения [3].

Выбор регистра для публичного общения, в том числе в рекламе и СМИ, обозначает позицию и намерение коммуникатора. «Стремление к точному описанию или его имитации манифестируется с помощью латинизмов. Позиция российской отсталости теряет популярность по мере роста негативного отношения к глобализации и зачастую предъясняется косвенно путем насыщения речи заимствованиями: спикер, органайзер, офис» [1, с. 25].

Экспансия англоязычных заимствований в современном языке наиболее заметно выражается в трех вариантах демонстративной имплементации.

1. Расширенное использование англоязычных, так называемых «инговых» форм в профессиональной сфере: маркетинг, мониторинг, скрининг, копирайтинг, спичрайтинг, рерайтинг, аутсорсинг, брендинг, коучинг (кстати, показательно, что компьютерный редактор подчеркнул красным все слова, кроме трех первых).

2. Распространение неблагозвучных (несвойственных русской орфоэпии) слов, оканчивающихся на два согласных со вторым твердым «л»: Google, Apple, reople, double, lable и других.

3. Использование, как в разговорной, так и в профессиональной лексике английских слов, у которых есть русский аналог: лайф-стайл, мэйк-ап, брейн-сторминг, шопинг, кастинг, бодибилдинг, пауэрлифтинг и др.

Политологи и эксперты давно говорят об информационных войнах. В последнее время этот мем замещается понятием «гибридная война». При этом собственно война отсутствует, поскольку нет линии фронта, а цель не состоит в захвате территории. Тем не менее, многие, в том числе эксперты, считают демонстрацией оккупации объявления остановок и населенных пунктов с дублированием на английском языке. Англоязычные заимствования – это не мода и не тривиальное стремление во всем следовать Западу. Речь идет, прежде всего, о конкурентной борьбе за влияние на массовое сознание.

Основной вывод состоит в том, что в наблюдаемом явлении языковой экспансии активно задействованы каналы PR и рекламы. В связи с этим русский язык в публичной коммуникационной среде является не только

способом создания контента, но и важнейшим инструментом воздействия, формирующим систему национальной самоидентификации.

Литература

1. Вакурова Н.В. Лексическая контаминация в языке журналиста: ошибка или закономерное явление? / Ценностные ориентиры современной журналистики: сб. науч. ст. IV Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 20-летию кафедры журналистики Пенз. гос. ун-та (г. Пенза, 28-30 сентября 2016 г.) / под ред. Е.К. Рева. Пенза: Изд-во ПГУ, 2016.
2. Клушина Н.И. Стилистика публицистического текста. М.: МедиаМир, 2008.
3. Кронгауз М.А. Русский язык на грани нервного срыва. М.: Языки славянских культур, 2008.
4. Сердобинцева Е.Н. Структура и язык рекламных текстов: учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2010.

Н.В. Вакурова

канд. филол. наук, доц.

Т.В. Сергеева

студентка

О.А. Мерзляков

студент

(ГУУ, г. Москва)

АНАЛИЗ ВОСПРИЯТИЯ БАННЕРНОЙ РЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТЕ

В наше время наличие у компании официального сайта является неотъемлемой частью ведения бизнеса. Также и маркетинговая составляющая относится к части необходимых условий создания успешной и, главное, прибыльной компании. Учитывая два вышеописанных аспекта, можно говорить об актуальности проведения рекламных кампаний в сети Интернет. Реклама не стоит на месте, а реклама в Интернете тем более. Менее чем за 10 лет появилось невероятное множество форм и видов рекламы на сайтах и поисковиках, которые сформировали большие группы в классификации. Одна из таких групп – баннерная реклама в Интернете.

Баннер – это вид рекламного объявления, оформленный как статичная или анимированная картинка, при нажатии на которую пользователь попадает на сайт рекламодателя. Зачастую баннер располагается на видном месте в поисковике или на сайте, который предоставил пространство для размещения [1].

Различают несколько видов баннеров:

- 1) Имиджевые – дизайнерские баннеры, особенно отличающиеся своим внешним видом. Их задачей является увеличение и поддержание узнаваемости бренда.
- 2) Информационные – содержат текстовую составляющую и несут в себе определенный посыл для потребителя.
- 3) Завлекающие – часто анимированные или содержащие незаконченную/интригующую информацию, что позволяет пробудить любопытство пользователя и заставить посетить сайт.

4) Flash и HTML баннеры – имеют ряд дополнительных функций, таких как звук, закрепление нескольких ссылок за одним баннером, увеличенная продолжительность показа и т.п.

Баннеры могут относиться как к одному отдельному виду, так и к нескольким, поскольку использование сочетания различных форм в одном рекламном сообщении повышает эффективность такого типа рекламы.

К плюсам можно отнести относительную дешевизну; возможность оперативно и без лишних затрат изменять отдельные параметры сообщения (например, цвет текста или количество показов по тому или иному запросу и др.); способность аналитических систем распознавать количество просмотров и замерять эффективность в зависимости от изменяемых параметров. Также в случае ошибки можно быстро ее исправить, в случае неэффективности убрать рекламу и тем самым сохранить бюджет рекламодателя. На данный момент баннерная реклама – это один из самых распространенных, понятных и изученных способов размещения в интернете.

Однако у этого вида рекламы есть и значимые недостатки.

Баннеры в основном стандартизированы – содержат картинку и текст, для размещения предоставляются определенные места в поисковике или на сайте, которые со временем не меняются. При частом пользовании Интернетом человек запоминает расположение информационных и рекламных элементов на странице, что автоматически помогает ему фокусировать свое внимание на необходимой ему части страницы, избегая контакта с рекламой. Из-за подобных условий наблюдается снижение внимания к баннерам.

Глаз человека, привычный к появлению баннеров, не воспринимает их как информационное сообщение, и даже не вникая в смысл, человек его закрывает не читая. Отсюда все затраты бюджета на рекламу, дизайнеров и верстальщиков не приносят желаемого результата и становятся попросту бесполезны.

С появлением специальных программ и расширений для браузеров, которые позволяют их пользователям отключать просмотр рекламы, аудитория более-менее продвинутых пользователей в числе молодежи уменьшилась, что бесспорно негативно отражается на возможностях компаний, чьей целевой аудиторией являются молодые люди от 18 до 30 лет.

Вдобавок обилие рекламы в самых различных ее проявлениях в Интернете может вызвать негативную реакцию даже на нейтральное рекламное сообщение и повлечь за собой формирование негативной оценки бренда или продукта, которая у человека будет возникать неосознанно.

Бывают случаи, когда даже привлекающий внимание читателя баннер не гарантирует перехода по ссылке, поскольку некоторые люди не склонны доверять слишком ярким и назойливым сообщениям ввиду боязни столкновения с интернет-мошенничеством или заражения устройства вирусом.

Сопоставляя все плюсы и минусы такого вида интернет-маркетинга, как баннерная реклама, можно говорить о существовании относительно заманчивых плюсов для рекламодателей, но при подробном анализе данный вид рекламы может носить только вспомогательную функцию, не занимая места в первостепенных и необходимых вложениях в рекламную кампанию. В заключение имеет смысл упомянуть, что в 2015-2016 гг. эффективность довольно сильно снизилась в основном из-за приложений-блокираторов рекламы, а также вследствие привыкания интернет-пользователей к расположению и внешнему виду баннеров [2].

Литература

1. Интернет-маркетинг за 55 минут. М.: Ingate, 2014. 55 с.
2. Анализ эффективности медийной рекламы в Интернете: обзор зарубежных исследований (научная статья) // biplane.ru URL: <https://biplane.ru/blog/analiz-effektivnosti-medijnoj-reklamy-v-internete-obzor-zarubezhnyh-issledovanij/> (дата обращения: 26.10.2016).

О.В. Курасова
ассистент

В.С. Старостин
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ РЕКЛАМНОЙ ИНФОРМАЦИИ В ОНЛАЙН-СРЕДЕ

В настоящее время одной из актуальных тем обсуждения является интеграция глобальной сети Интернет с реальным миром. По мере развития информационных технологий и уровня профессионализма в их использовании обществом происходит постепенное стирание границ между онлайн-и офлайн-средой. Архаичное понятие "Выйти в Интернет" потеряло свою актуальность, поскольку многие цифровые приборы и сервисы постоянно производят обмен виртуальной информацией. Персональные компьютеры, которые изначально были необходимы как проводник в онлайн-пространство, стали далеко не единственным инструментом коммуникации с виртуальным миром. Одновременно с этим маркетинговая и рекламная активность компаний в Интернете подвергается серьезным изменениям. Это накладывает отпечаток на восприятие рекламной информации в сети. Под субъектами рекламной коммуникации мы понимаем социальный субъект, который участвует в рекламной коммуникации от лица бренда с целью воздействия на объект, т.е. на потенциального или реального потребителя, а под рекламной информацией – информацию, переданную этим субъектом. Восприятие субъекта рекламной коммуникации и восприятие рекламной информации взаимосвязаны и оказывают непосредственное влияние на эффективность рекламной коммуникации.

Интернет, как часть технического прогресса, – важная детерминанта развития современного общества. Появление Интернета повлекло за собой значительное количество положительных изменений в жизни людей, таких как упрощение процессов добычи информации и коммуникации.

Несмотря на то, что положительных изменений намного больше, существуют и отрицательные изменения. Например, возникновение зависимости от сети Интернет и уменьшение доли реального общения.

Феномен интернета попал в поле зрения ученых относительно недавно, он был изучен в таких работах как отечественных (Степанов В.К., Горошко Е., Войскунский А.Е. и др.), так и зарубежных авторов (Д. Тапскотт, Энтони Д. Уильямс, Ш. Текл, Дж. Сулер, Я. Кимберли и др.).

Маркетинговые коммуникации также существенно изменились с появлением Интернета. Причина этого в том, что из-за перехода из реального общения в виртуальное, значительно изменился процесс восприятия или

перцепции, так как Интернет накладывает определенные ограничения при общении и восприятии информации.

Восприятие в психологии – это хорошо изученный процесс чувственного отражения предмета или явления объективной действительности. Следовательно, «восприятие предполагает высокое развитие не только сенсорного, но и моторного аппарата, развитие тонической деятельности, обуславливающей возможность сохранять необходимое для наблюдателя состояние активного покоя и таким образом выделяться из потока происходящих в среде изменений, воспринимая в ней более или менее устойчивые предметы как источники от них исходящих воздействий и объекты на них направляемых действий» [1].

В социальной психологии процесс социальной перцепции так же хорошо изучен. Теории и исследования в области социальной перцепции имеют дело с природой, причинами и последствиями восприятия социальных субъектов, а также самого себя, других людей, социальных категорий или групп, к которым субъект восприятия может и не принадлежать. «Социальная перцепция – сложный процесс, состоящий из нескольких компонентов и имеющий свои особенности по сравнению с восприятием неодушевленных объектов».

1. Социальный объект (индивид, группа и т. д.) не пассивен и не безразличен. Воздействуя на субъект восприятия, воспринимаемый человек стремится изменить представление о себе в благоприятную для своих целей сторону.

2. Внимание субъекта социальной перцепции сосредоточено, прежде всего, на смысловых и оценочных интерпретациях объекта восприятия, в том числе причинных.

3. Восприятие социальных объектов характеризуется большей слитностью познавательных компонентов с эмоциональными (аффективными) компонентами, большей зависимостью от мотивационно-смысловой структуры деятельности воспринимающего субъекта [2].

Все вышеперечисленные особенности являются характерными как для реального общения, так и для виртуального. Однако из-за ограничений, которые накладывает Интернет при общении и восприятии информации социальному субъекту сложно закодировать информацию, а социальному объекту правильно её декодировать.

Из-за большого количества ограничений, накладываемых Интернетом, одним из направлений маркетинговых коммуникаций, наиболее подверженных его влиянию, является директ-маркетинг. Директ-маркетинг или прямой маркетинг – интерактивная система маркетинга, в которой используется одно или несколько средств коммуникации для получения определенного отклика и/или для совершения сделки в любом регионе [3]. Связано это в первую очередь с тем, что в директ-маркетинге при переписке в социальных сетях или по электронной почте полностью или частично отсутствует визуальный контакт и, как следствие, невербальная коммуникация, которая часто необходима для правильного кодирования информации коммуникатором и ее последующего декодирования реципиентом. Посредством визуального контакта реципиент «считывает» язык жестов, мимику, интонации, внешний вид коммуникатора, что уменьшает вероятность возникновения ошибок коммуникации. Однако в то же время ошибки, полученные в результате виртуального общения, легче исправить по сравнению с ошибками реального общения.

Наличие оперативно полученной обратной связи – это ещё одно значимое отличие реального общения от виртуального. При общении в Интернете, обратная связь есть не всегда, а если и есть, то её практически

невозможно получить оперативно. В то же время виртуальное общение более эмоционально насыщено по сравнению с реальным, что позволяет создавать более прочные эмоциональные связи с брендом посредством продвижения в Интернете [4].

При переходе из реального мира в сеть Интернет такое направление маркетинговых коммуникаций как реклама, так же несколько изменилось. С точки зрения психологии самая важная особенность восприятия рекламы в Интернете – это её контекст. Даже при правильном выборе целевой аудитории реклама может находиться не в том контексте, чтобы убедить потенциального потребителя стать реальным [5].

И последнее, на наш взгляд, наиболее важное отличие реального общения от виртуального, которое повлияло как на директ-маркетинг, так и на рекламу – это возможность прервать общение в любой момент. Сегодня пользователь может абсолютно бесплатно и в любой момент оградить себя от назойливой рекламы с помощью различных блокировщиков рекламы в Интернете.

В социальной психологии достаточно хорошо изучены устойчивые схемы и механизмы перцепции, с помощью которых формируется первое впечатление о человеке или рекламном образе. Устойчивые схемы и механизмы восприятия поступков, чувств, эмоций другого человека или рекламного персонажа играют одну из ключевых ролей при кодировании и декодировании информации. Однако при переходе в виртуальное общение «алгоритмы» восприятия нарушаются, что ведет к возникновению ошибок восприятия и требует отдельного изучения.

Литература

1. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. СПб.: Изд-о "Питер", 2000. С. 91.
2. Психология: Словарь, 1990.
3. Крылова Г.Д., Соколова М.И. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций. М., 2001. 519 с.
4. Фриндте В., Келер Т. Публичное конструирование «Я» в опосредствованном компьютером общении // Гуманитарные исследования в Интернете / под ред. А.Е. Войскунского. М.: Терра-Можайск, 2000. С. 40-54.
5. Войскунский А.Е. исследование интернета в психологии. Статья опубликована в Интернет и российское общество / под ред. И. Семенова. М.: Гендальф, 2002. С. 235-250.

Г.Г. Матевосян
студент

В.С. Старостин
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

СОВМЕСТНОЕ СОЗДАНИЕ ЦЕННОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗРАБОТКИ ПРОДУКТОВ

С развитием технологий требования современного потребителя увеличиваются с огромной скоростью.

Компании и производители постоянно сталкиваются со стратегическими вопросами развития компании: как максимально удовлетворить нужды потребителей, как разработать инновации, как оставаться в постоянном взаимодействии со своими потребителями. Для ответа на такие вопросы, они часто приходят к новым подходам, таким как совместное создание.

Сегодня крупные компании стали привлекать заинтересованных лиц в создании новых товаров и услуг. Этот подход в западной литературе получил название co-creation.

Совместное создание (co-creation) становится новым трендом среди категорий продуктов и услуг, а также можно выделить его, как новый доминирующий основой в маркетинге [9].

В западной литературе выделяются следующие определения понятия co-creation:

- Это сотрудничество между компанией-производителем и потребителем с целью создания общей ценности товара или услуги [2].
- Совместное создание, характеризуется активным вовлечением конечного пользователя в креативный процесс, в качестве равноправного партнера, становясь более вовлеченным в процесс социального проектирования [3].
- Процесс создания ценности быстро переходит от производителе-ориентированного подхода к персонализированному потребителю опыту. Информированные и активно участвующие в процессе коммуникаций, потребители все чаще совместно создают ценности для товаров и услуг с производителями [6].

На основе вышеперечисленных определений можно выделить, что co-creation – это подход создания новых продуктов с активным вовлечением потребителей и заинтересованных сторон к разным этапам производства, для создания новых услуг и товаров, ориентированных на потребителей.

Выделяют три типа производства в зависимости от уровня участия потребителя: производство компанией, производство потребителем и совместное производство. Производство компанией или потребителем основывается только на вовлечении одной стороны – или потребителя, или компании. Однако, производство компанией может предложить варианты разных модификаций для конечного товара, в соответствии со специфическими нуждами потребителя [9].

Совместное производство, предполагает одновременной вовлеченности обеих сторон в создании нового продукта или услуги [2].

Для успешного производства новых продуктов необходимо ответить на два важных вопроса: какие потребности есть у клиентов и как удовлетворить их наилучшим образом.

Как правило для поиска ответа на первый вопрос, компании и производители проводят многочисленные маркетинговые исследования после чего занимаются разработкой и проектированием новых товаров и услуг. Совместное создание может выступать в качестве средства для инноваций, налаживания отношений с потребителями, а также снижения затрат на научные исследования и разработки [8].

Компании и производители, которые используют совместное создание, в свою очередь, получают ряд преимуществ:

- возможность создания превосходных услуг и товаров;
- сокращение временных ресурсов, потраченных на проектирование;

- повышение осведомленности потребителей о новых товарах и услугах;
- ускорить распространение информации о новом, совместно созданном продукте [4];
- повысить степень удовлетворенности потребителей [7];
- снижение затрат на исследования и разработки, а также снижение рисков в связи с выходом нового товара или услуги на рынок [5].

В основном, компании вовлекают потребителей в процесс совместного создания для улучшения отношений между брендом и потребителем [1].

Как следствие, все многие зарубежные компании принимают новые стратегии и усовершенствуют свои бизнес модели, с целью привлечения всех заинтересованных сторон, включая потребителей для развития новых товаров и услуг, которые повышают конкурентоспособность и меняют отношение к брендам и компаниям [2].

Таким образом в результате анализа литературы было выявлено, что совместное создание дает новые возможности компаниям и производителям для создания более конкурентоспособных товаров и услуг ориентированных на максимальное удовлетворение нужд потребителей.

Участие потребителей в совместном создании дает возможности не только производить новые уникальные товары и услуги, а также создает механизмы для добавления или выделения новых ценностей для потребителей.

Литература

1. Auh, S., Bell, S., McLeod, C., Shih, E. Co-production and customer loyalty in financial services // Journal of Retailing. 2007. №Vol.83. С. 359-370.
2. C.K. Prahalad, Venkat Ramaswamy Co-creating unique value with customers // Strategy & Leadership. 2004. №Vol. 32 Iss: 3,. С. 4-9.
3. Elizabeth B.-N. Sanders, Pieter Jan Stappers Co-creation and the new landscapes of design // CoDesign. 2008. №Vol. 4, No. 1. С. 5-18.
4. Ian Alam, Chad Perry A customer-oriented new service development process // Journal of Services Marketing. 2002. Vol. 16 Iss: 6. С. 515 – 534.
5. Maklan, S., Knox, S., Ryals, L. New trends in innovation and customer relationship management // International Journal of Market Research. 2008. Vol. 50 No. 2. С. 227-246.
6. Matthew S. O’Hern, Aric Rindfleisch Customer Co-Creation: A Typology and Research Agenda // Review of Marketing Research. 2007. Vol. 6. С. 84-106.
7. Satish Nambisan, Robert A. Baron Interactions in virtual customer environments: Implications for product support and customer relationship management // Journal of Interactive Marketing. 2007. № 21 (2). С. 42-62.
8. Sawhney, M., Verona, G., Prandelli, E. Collaborating to create: the internet as a platform for customer engagement in product innovation // Journal of Interactive Marketing. 2005. Vol. 19 No. 4. С. 4-17.
9. Vargo, Stephen L.; Lusch, Robert F. Evolving to a New Dominant Logic for Marketing // Journal of Marketing. 2004. Vol. 68 Issue 1. С. 1-17.

М.В. Меньшикова
канд. психол. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

ПОРТФОЛИО КАК ИНДИКАТОР СФОРМИРОВАННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

В современных условиях растет спрос на профессионалов, умеющих ориентироваться в ситуации неопределенности. При этом система образования продолжает традиционное обучение набору «правильных» действий, подготавливая обучающихся к эффективной деятельности только в стандартной предсказуемой ситуации. Продемонстрировать навыки оперативного нахождения необходимой информации, грамотного применения ее, нестандартного решения проблемы невозможно при помощи приложения к диплому с перечнем изученных дисциплин и полученных по ним оценок. Из этого вытекает необходимость пересмотра критериев оценки достижений учащегося уже в процессе обучения.

Одним из новых инструментов измерения полученных в процессе образования компетенций является портфолио. В настоящее время данный инструмент внедряется на всех уровнях образования, включая дошкольное. Сегодняшние дошкольники соберут значительную коллекцию документов, подтверждающих их достижения, к моменту поступления в вуз. В рамках данного доклада освещается вопрос формирования портфолио студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Целью подготовки портфолио является формирование социальных компетенций студентов. При этом педагоги отмечают возникновение ряда противоречий, например: «Результат моделирования портфолио зачастую очень сложно оценить в контексте сравнения работ и свидетельств, характеризующих деятельность субъекта культуры, социальной среды, профессии и общения, так как различные модели, критерии и показатели сравнения не всегда отражают объективное в данном виде деятельности. Чаще всего в таком виде творчества обычно побеждает тот человек, который наиболее точно, грамотно, логично, последовательно, системно отразил результаты своей личной деятельности в разнообразных формах самовыражения и сотрудничества» [1].

Студентами 3 курса направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» Государственного университета управления в 2016 г. были разработаны и представлены индивидуальные портфолио, на основании анализа которых можно следующим образом представить их универсальную примерную структуру:

- титульный лист (фотография, указание учебного заведения и направления подготовки, персональные данные собираются только для внутреннего пользования и не выкладываются в открытый доступ);
- содержание (включающее интерактивные ссылки на соответствующие разделы);
- опыт профессиональной деятельности (практики, стажировки в компаниях, подработка по специальности);
- учебные достижения (перечень дисциплин с оценками, примеры выполненных работ, обучение в зарубежных ВУЗах, участие в

- олимпиадах, сведения о получении именной стипендии, дополнительное образование: курсы, тренинги, семинары и т.д.);
- научно-исследовательская работа (перечень курсовых работ с оценками, публикация статей, участие в научных конференциях, гранты, работа в студенческих научных обществах);
 - проектная работа (краткое описание проекта, перечень персонального вклада в проект, результаты проекта);
 - общественная работа (участие в органах самоуправления, волонтерских движениях, фестивалях, конкурсах и т.д.);
 - отзывы и рекомендации (от преподавателей, работодателей, руководителей практики и т.д.);
 - дополнительная информация (личностные качества, владение иностранными языками, водительские права, спортивные, музыкальные, художественные и др. навыки).

Полученные студентом награды за индивидуальные достижения или в составе команды проекта представляется целесообразным не выделять в отдельный раздел портфолио, а включать в те разделы, в которых представлена работа. Проектная работа для обучения по направлениям подготовки, требующим творческого подхода, существенно эффективнее традиционной лекционно-семинарской формы занятий, поскольку предусматривает необходимость поиска нового, не существовавшего ранее решения какой-либо проблемы, что позволяет студентам учиться на собственном опыте. Цель организации проектной деятельности состоит в актуализации когнитивных потребностей студентов, переходе от пассивного получения знаний к активным механизмам освоения профессиональных навыков. Участие в социальных проектах способствует также становлению активной гражданской позиции и социальной ответственности. Поэтому участие в проектной деятельности обязательно должно быть отражено в студенческих портфолио, хотя и не всегда возможно подтвердить данное участие официальными документами. В данной ситуации подтверждением могут служить фотографии с мероприятий, скриншоты с интернет-ресурсов и т.д.

Составление портфолио решает следующие педагогические задачи: мониторинг и презентация профессионального и личностного роста студентов; выполнение требований ФГОС 3+; развитие навыков рефлексии; мотивация к достижениям.

Поскольку тема формирования портфолио является актуальной для сферы образования, за последние несколько лет было опубликовано большое количество теоретических обзоров данного вопроса, в которых приводятся классификации видов портфолио студентов по различным основаниям: по виду деятельности, по цели использования, по времени создания, по оформлению и презентации результатов и др. В контексте данного доклада к рассмотрению предлагается следующая классификация портфолио студентов выпускных курсов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью»:

1. Выпускное. В практике некоторых ВУЗов защита студентом портфолио является важной самостоятельной частью государственного экзамена, включает подготовленные за весь период обучения материалы, а также отзывы руководителей практик и полученные дипломы, грамоты, благодарности, сертификаты, публикации и т.п., подтверждающие сформированность профессиональных компетенций выпускника.

2. Вступительное. При конкурсном отборе в магистратуру большинство ВУЗов в настоящее время учитывают портфолио выпускников бакалавриата, на некоторых направлениях подготовки содержание портфолио является

решающим фактором поступления, однако, проблема заключается в том, что требования к портфолио каждый ВУЗ устанавливает самостоятельно, в ряде ВУЗов для каждого направления подготовки сформулированы особые требования, в данном многообразии студенту тяжело разобраться, а тем более начать готовить портфолио с первого курса обучения.

3. Карьерное. Целевой аудиторией данного вида портфолио являются потенциальные работодатели, в связи с чем актуальным становится вопрос об их критериях оценки образовательных, научных, творческих, личностных достижений студентов. Очевидно, что требования образовательного процесса, в частности, форма представления результатов, не всегда соответствует требованиям специалистов-практиков. Необходима консолидация представителей научного сообщества, реального сектора экономики и органов государственного управления в вопросе разработки единого взгляда на формирование студенческих портфолио.

Федеральная целевая программа развития образования на 2016-2020 гг. обозначает следующие перспективы пересмотра критериев оценки результатов образования: «В рамках задачи формирования востребованной системы оценки качества образования и образовательных результатов будет обеспечено формирование качественно нового отношения обучающихся и образовательных организаций к качеству образования и получаемым по его итогам компетенциям, процедурам и механизмам их измерения и оценки. В рамках Программы в этой связи будет создана национально-региональная система независимого мониторинга и оценки качества образования на всех его уровнях. Предполагается обеспечить создание новых инструментов и оценочных процедур (включая международные исследования качества) как в целом, так и в профессиональном образовании» [2].

Портфолио в данном контексте должно стать индикатором, отражающим освоение студентом практических навыков профессиональной деятельности.

Литература

1. Дорошенко А.Г., Колпаченко Л.Я., Козырева О.А. Возможности портфолио в структуре формирования и анализа сформированности ценностей и компетенций будущего специалиста Педагогическое мастерство (II): материалы междунар. заоч. науч. конф. М.: Буки-Веди, 2012. С.13-16.

2. Федеральная целевая программа развития образования на 2016 – 2020 годы. Распоряжение Правительства РФ от 29 декабря 2014 г. № 2765-р.

А.А. Рябиков
студент

А.В. Ольховников
канд. соц. наук, проф.
(ГУУ, г. Москва)

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОИСКОВЫХ КОНТЕКСТНЫХ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

В рамках данной статьи рассматривается вопрос об анализе эффективности кампаний поисковой контекстной рекламы. Процесс анализа эффективности рекламных кампаний можно условно разделить на три

последовательных этапа: первым этапом является анализ взаимодействия пользователей поисковых систем с рекламным объявлением, вторым и третьим этапами является анализ поведения пользователей, перешедших по объявлению на сайт рекламодателя.

Ключевыми метриками, на которые следует обращать внимание при анализе взаимодействия пользователей с объявлением, являются: Показатель соотношения кликов к показам (CTR), средняя позиция показа, средняя позиция клика и средняя цена клика. Наиболее важным показателем из перечисленных выше, является показатель CTR, так как он косвенно свидетельствует о том, соответствует ли конкретное объявление по конкретному ключевому запросу поисковым предпочтениям целевой аудитории. Анализ прочих показателей, в свою очередь, позволяет найти возможные пути для оптимизации CTR. Следует отдельно выделить факторы, не считая цены клика и позиции объявления, которые влияют на CTR-объявления. Данными факторами являются: ключевая фраза, по которой показывается объявление; список минус-слов (слов, по которым данное объявление не показывается); заголовок, текст и расширения объявления. В том случае, если объявление имеет низкий CTR, следует проверить, соответствует ли объявление ключевой фразе, по которой оно показывается. Далее следует проанализировать и, в случае необходимости, расширить список минус-слов, при наличии которых в поисковом запросе пользователя данное объявление не должно показываться. В данном случае уместно обратиться к следующему примеру: В том случае, если объявление показывается по ключевой фразе «стиральные машины Siemens», представляется уместным добавить в список минус-слов такие окончания поисковой фразы, как: отзывы (Если на сайте рекламодателя нет отзывов о данном товаре), ремонт, сервисный центр, запчасти (В том случае, если рекламодатель не реализует детали для данной товарной категории). В сумме, добавление минус-слов уменьшит охват по данному ключевому слову, но сократит количество нецелевых показов и кликов, как следствие, повысит CTR объявления. Касательно содержания объявления следует обратить внимание на следующие моменты: присутствие вариации ключевого слова в заголовке объявления, указание ключевых преимуществ и уникального торгового предложения в тексте объявления, добавление расширений объявления, таких как: телефон и адрес компании, дополнительные релевантные ссылки и уточнения. Выполнение данных шагов позволит увеличить размер объявления на экране пользователя, за счет дополнительных элементов в объявлении, и добиться выделения заголовка полужирным шрифтом, за счет совпадения поискового запроса пользователя и присутствия ключевого слова в заголовке, что, в сумме, положительно повлияет на CTR объявления. Рассматривая данные о средней позиции показа, средней позиции клика и цене клика, можно сделать вывод о том, на какой позиции рекламодатель получает число кликов при заданной ставке. После чего можно сформулировать гипотезу, которая будет звучать следующим образом – «Увеличится ли, при повышении ставки за клик на ключевое слово средняя позиция показа объявления и, как следствие, число кликов?». Стоит заметить, что если средняя позиция объявления находится между первым и вторым местом, или равна единице, то данная гипотеза не актуальна, а наиболее вероятная причина низкого CTR заключается в качестве объявления.

Анализ поведения пользователей, перешедших по объявлению поисковой контекстной рекламы, состоит из двух логических блоков: Анализ общих поведенческих характеристик и микроконверсий, и анализ макроконверсий. Сначала следует рассмотреть вопрос о критериях

эффективности поведенческих характеристик посетителей. К поведенческим характеристикам, на которые следует обращать внимание при анализе поведения посетителей на сайте, относятся такие метрики, как: показатель отказов, время визита, глубина просмотра страниц, страницы выхода. В том случае, если сайт рекламодателя является интернет-магазином, то также в поведенческие характеристики включаются данные о просмотре определенных товаров, популярных категорий и брендов. Показатель отказов свидетельствует о соответствии содержания целевой страницы ожиданиям целевой аудитории. В том случае, если показатель отказов близок или равен ста процентам, то можно вести речь о том, что данная целевая страница не отвечает интересам целевой аудитории, ввиду того, что пользователь, зайдя на страницу, не совершает никаких действий и сразу покидает сайт. Показатель времени визита также может свидетельствовать о заинтересованности посетителя и о том, отвечает ли целевая страница объявления его интересам. Но, также стоит заметить, что если агрегированный усредненный показатель времени визита по объявлению равен нулю, стоит проверить, нет ли проблем на стороне сайта, таких как недоступность страницы. Ранее суммарный показатель отказов в сто процентов и время визита равно нулю секунд мог свидетельствовать о так называемой «роботности» визита и «скликиванию» объявлений, но теперь, говоря о поисковой рекламе, ввиду многофакторного анализа посещений рекламной системой, данная проблема не актуальная. Характеристика «глубина просмотра» свидетельствует о посетительской вовлеченности, за одним исключением, которое будет рассмотрено ниже. Посетительскую вовлеченность стоит воспринимать как критерий того, насколько посетителя заинтересовал сайт рекламодателя. Можно обратиться к следующему примеру: При посещении интернет-магазина по объявлению, посадочной страницей которого выступала страница списка товаров из какой-либо категории (к примеру, стиральные машины), количество просмотренных больше одной свидетельствует о том, что посетителя заинтересовала представленная на сайте информация и он, находясь на сайте, решил ознакомиться с несколькими представленными предложениями подробнее. Существует одно исключение для представленных выше положений – это ситуация, когда посетитель находится на последней стадии принятия решения о покупке, а целевой страницей объявления является карточка товара (для интернет-магазинов) или страница с формой заказа услуги (Например, для сайтов – сервисов такси). Последовательность действий посетителя на сайте в данной ситуации можно выразить следующим образом: посетитель заходит на сайт, обращает внимание на цену товара, наличие и, возможно, условия доставки, набирает номер телефона и уходит с сайта. В том случае, если пользователь зашел с мобильного устройства данный процесс происходит автоматизировано, так как современные браузеры поддерживают возможность соединения по указанному на сайте номеру телефона в один клик. Соответственно, данный визит отобразится в системах веб-аналитики со значением отказов в сто процентов, временем визита в несколько секунд и глубиной просмотра в одну страницу. Следовательно, данный визит можно ошибочно учесть как неэффективный, несмотря на то, что пользователь совершил целевое действие на сайте. Именно это исключение во многом обосновывает необходимость отслеживания микроконверсий на сайте.

Под микроконверсией, в рамках данной работы, понимается промежуточное действие пользователя на сайте, которое важно учитывать для построения модели пользовательского поведения, но при этом данные действия не относятся к ключевым целям рекламируемого сайта. К примеру,

для интернет-магазинов ключевыми целями является воронка «Посещение корзины – посещение формы заказа – страница подтверждения заказа», все прочие цели и события являются микроконверсиями. Об одной из возможных микроконверсий было кратко сказано выше – это отслеживание события «Клик по номеру телефона». В том случае, если данные по данной цели не собираются, то теряется информация о поведении того сегмента пользователей, которые для оформления заказа не используют стандартную последовательность шагов, а совершают заказ по телефону. К прочим микроконверсиям можно отнести: просмотр страниц определенных категорий товаров, просмотр ключевых информационных страниц (Страницы с описаниями условий доставки, оплаты, порядка возврата товара, партнерства с сайтом рекламодателя), клики по ключевым элементам сайта. Микроконверсии, связанные с просмотром страниц категорий, можно использовать для построения рекламных кампаний ретаргетинга, то есть транслировать рекламные объявления той аудитории, которая уже посещала сайт и совершала на нем какие-либо действия. Также, в том случае, если микроконверсия по просмотру определенной страницы категории характеризуется негативными поведенческими характеристиками, например высоким показателем отказов, то уместно проанализировать возможные проблемы с дизайном посадочной страницы и, в дальнейшем, провести юзабилити тестирование страницы. Отслеживание кликов по ключевым элементам уместно рассмотреть на следующем примере: В том случае, если интернет-магазин отслеживает данные о клике в корзину и отслеживает посещение в корзину, то становится возможным выделить ту аудиторию, которая добавила товар в корзину, но не посетила страницу корзины. Если процент такой аудитории в общей доле посетителей сайт высок, то следует проанализировать причины, почему данный процент посетителей не достигает целевой страницы, относящейся к макроконверсиям. Касательно специфических показателей для сайтов электронной коммерции, таких как сбор данных о просмотренных товарах и популярных категориях и брендах стоит заметить, что эти данные не свидетельствуют прямо об эффективности того или иного рекламного объявления. Исключение составляет ситуация, когда на определенном товаре, который просмотрело значительное количество посетителей, не было совершено никаких целевых действий. На основе чего можно сделать предположение о том, что данное предложение по каким-либо причинам, которые впоследствии предстоит выяснить, не вызывает интереса у целевой аудитории. Важность же сбора данных электронной коммерции, основанных на переменных сайта, обусловлена тем, что на основе этих данных можно принимать определенные маркетинговые решения. В рамках построения рекламных кампаний – такими решениями являются составление списков динамического ретаргетинга, то есть такого типа интернет-рекламы, когда пользователю показываются именно те товары, которые он просмотрел на сайте рекламодателя. Отчеты по категориям и брендам, в свою очередь, могут быть основанием для принятия решения о расширении товарного ассортимента и, возможно, изменении ценовой политики, в том случае если на страницах одного из наиболее популярных брендов не совершается соразмерного количеству посетителей целевых действий. Обобщая выводы, сделанные в разделе о микроконверсиях, стоит сказать, что наибольшая ценность отслеживания промежуточных действий пользователя преследует следующие цели: выявление проблем с юзабилити сайта рекламодателя, построение списков ретаргетинга для дальнейшей работы с аудиторией сайта, построение моделей пользовательского поведения на сайте. В том случае, если сайт

относится к сегменту электронной коммерции, то в цели микроконверсий включается сбор и анализ данных о популярности товаров, категорий и брендов, на основании чего, впоследствии можно будет принять определенные управленческие решения.

Под макроконверсиями, в рамках данной работы, понимаются ключевые показатели эффективности сайта рекламодателя. В рамках электронной коммерции такими целями могут выступать: достижение корзины, достижение формы оформления заказа, посещение страницы подтверждения заказа. За пределами системы веб-аналитики также следует обращать внимание на показатели процентов отгруженных и отмененных заказов. Так как, если все заказы, являющиеся результатом определенной поисковой кампании, были впоследствии отменены, то данную кампанию нельзя считать успешной, несмотря на то, что показатели пользовательского поведения по достижению ключевых целей будут положительны. Стоит отдельно сказать о важности оформления цепочки посещения макроконверсионных страниц в составную цель, которая даст возможность считать процент потерь аудитории на каждом этапе оформления заказа на сайте. Здесь уместно обратиться к примеру: Если коэффициент потерь на форме оформления заказа составляет около пятидесяти процентов, то это повод пересмотреть структуру и дизайн формы оформления заказа, так как высокий коэффициент свидетельствует о том, что у пользователей возникают трудности взаимодействия с данной формой. Стоит заметить, что для облегчения анализа формы можно использовать цель-событие «Полнота заполнения формы», которое будет фиксировать, какие поля были заполнены пользователями, а с какими возникли трудности взаимодействия.

В данной работе было рассмотрен вопрос об анализе эффективности поисковой контекстной рекламы. Стоит заметить, что положения, рассмотренные в данной статье, носят универсальный характер, так как не привязаны ни к одной из наиболее популярных систем веб-аналитики. Как следствие, был обойден стороной вопрос о показателе «Внутренние переходы» в качестве источника, который является специфической проблемой системы веб-аналитики «Яндекс Метрика». Во внутренние переходы записывается визит, в котором пользователь возобновляет активность после определенного времени бездействия на сайте. Для того, чтобы восстановить источник пользовательского посещения, аналитику потребуется провести определенный процесс дешифрации пользовательского визита. Суммируя выводы, сделанные в данной статье, можно вывести совокупность качеств которыми должна обладать успешная поисковая рекламная кампания. Такими качествами выступают: цена клика, объемы показов и кликов приемлемые для рекламодателя, положительные пользовательские характеристики и высокий процент микроконверсий, и, соответственно, высокий процент достижения макроконверсий с низким коэффициентом потерь на этапах совершения макроконверсии. В общем и целом, стоит сказать, что проведение кампании поисковой контекстной рекламы и её анализ посредством той или иной системы веб-аналитики, при учете настроенных целей, позволяет оптимизировать данную рекламную кампанию по мере её проведения, а также становится возможным выявить определенные проблемы юзабилити на сайте рекламодателя, проблемы ассортимента и ценовой политики. На основании чего, впоследствии, можно принимать определенные управленческие решения, которые повысят экономическую эффективность компании рекламодателя.

А.Н. Тимохович
канд. психол. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ АНТИТАБАЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ МОЛОДЕЖЬЮ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ

Несмотря на активную антитабачную политику, проводимую в нашей стране в последние годы, курение остаётся одной из наиболее значимых социальных проблем. По данным исследований «Economist Intelligence Unit» за 2012 г. россияне выкурили 340 млрд. сигарет [5]. 40 млрд. человек, около одной трети населения планеты Земля, курят. Россия является одним из мировых лидеров по показателю количества выкуренных сигарет в год на одного человека.

Постепенно в связи с введением новых законодательных ограничений для табачной сферы, запрещающих курение в общественных местах, а также барах, ресторанах и кафе, мер, запрещающих какую-либо рекламу табачных изделий, стимулирование и спонсорство, а также продажу табачной продукции в киосках, уровень потребления сигарет в России снизился на 12% уже в первом квартале 2014 г. Однако Россия остается на третьем месте по производству сигарет, после Китая и США.

Одним из способов привлечения внимания и решения социальных проблем, подвластных государству и активно используемых в развитых странах, является социальная реклама. Профессионалы в области рекламного бизнеса указывают на недостаточную эффективность социальной рекламы в России. Причин этой неэффективности несколько: копирование западных образцов, слабое использование потенциала социальной рекламы как источника формирования ценностных ориентаций молодежи, незаинтересованность коммерческих организаций, недобросовестное отношение к потребителю в случаях агитационной рекламы, неэффективность сообщений социальной рекламы вследствие пренебрежения особенностями восприятия целевой аудитории, отсутствие целостного анализа тенденций развития и научно обоснованных правил и рекомендаций по созданию эффективной социальной рекламы, в частности, антитабачной рекламы, отсутствие комплексных научных исследований социальной рекламы, недостаточная изученность влияния личностных ценностей и установок потребителей на восприятие ими социальной рекламы [1].

Остановимся на сущности феномена социальной рекламы. Социальная реклама, будучи ориентированной на привлечение внимания к наиболее актуальным проблемам общества, а также к его нравственным ценностям, предполагает пропаганду определённого образа жизни и побуждает индивидов к социально-одобряемым действиям, и, как следствие, играет важную роль в формировании определённых социальных, психологических и поведенческих стереотипов общества [3]. Мандель Б.Р. определяет социальную рекламу как современный способ распространения общественно значимого, важного или полезного материала, осуществляемого методами рекламы в интересах общества, делая особый акцент также на художественной её составляющей [2].

В 2015 г. в рамках работы над магистерской диссертацией Преображенской Е.К. под руководством автора статьи было проведено

эмпирическое исследование, направленное на изучение особенностей восприятия антитабачной социальной рекламы молодежью.

Цель исследования – изучить особенности восприятия антитабачной социальной рекламы молодёжью в зависимости от ценностных ориентаций.

Объектом исследования выступали молодые люди в возрасте от 18 до 24 лет, студенты вузов г. Москвы: НИУ-ВШЭ, ГУУ, МГТУ, РЭУ. В качестве предмета исследования были рассмотрены особенности восприятия студентами антитабачной социальной рекламы в зависимости от их ценностных ориентаций.

Для исследования восприятия антитабачной социальной рекламы были отобраны десять актуальных образцов социальной рекламы, вышедших за последние четыре г.

Образцы социальной антитабачной рекламы были отобраны по следующим тематикам: во-первых, тема смерти, смертельных заболеваний в рекламных сообщениях. В рекламных сообщениях отражались заболевания, которыми страдают курильщики, такие как эмфизема, рак лёгких, а также освещалась тема преждевременной смерти. Цель таких сообщений: донести до курильщиков информацию о реальных медицинских последствиях курения. С точки зрения теории защитной мотивации, цель таких сообщений – усилить восприятие серьезного риска для здоровья. Во-вторых, была отражена тема пассивного курения, а именно подчеркивался вред, приносимый семье, детям, и окружающим курильщика. Помимо сообщения о сильном риске для здоровья, эта тема также несет в себе сообщение о сильном социальном неодобрении поведения курильщиков со стороны некурильщиков. В-третьих, в рекламных сообщениях затрагивалась тема косметического эффекта, в частности, рекламные сообщения, содержали в себе посыл о том, что курильщик сталкивается с такими последствиями курения, как плохой запах изо рта, жёлтые зубы, просто неприятный запах табака и дыма. Эта тема также подразумевает социальное неодобрение, но направленное не на здоровье окружающих, а именно на внешнюю неприятную сторону курения. В-четвертых, в рекламных сообщениях затрагивалась позитивная сторона отказа от курения, подчеркивалась самоэффективность личности при отказе от курения. Данная тема часто использует аффилиацию к юмору.

Исследование было разделено на две части. В первой части исследования были обозначены следующие показатели восприятия рекламной информации: эмоциональное отношение, воспринимаемая этичность и желание действовать в соответствии с рекламируемой идеей, а также проанализировано взаимовлияние данных показателей. Исследование продемонстрировало наличие связи между показателями воспринимаемой этичности и эффективности, а также между показателями воспринимаемой этичности и эмоционального отношения. Наличие связи между показателями эмоционального отношения и эффективности рекламного сообщения подтвердилось лишь частично. Это значит, что при создании социальной рекламы разработчикам следует уделять внимание не только тому, как изменить в конечном счёте направление поведения представителя целевой аудитории, но и эмоциям, которые может вызвать антитабачная социальная реклама, в частности, следует задуматься об уровне этичности (проблема всех сообщений, использующих механизм страха).

Во второй части исследования было проанализировано влияние ценностей на все три, выделенных выше, показателя восприятия социальной рекламы, а именно, была поставлена задача ответить на вопрос, различаются ли показатели эмоционального отношения, воспринимаемой этичности и

эффективности рекламного сообщения между группами респондентов с разными ценностными ориентациями. Для определения ценностных ориентаций представителей целевой аудитории были проанализированы ответы респондентов на 40 вопросов, представляющих собой 40 описаний, которые респонденту предлагалось соотнести с собой и оценить степень схожести со своим поведением. Была использована шестибальная шкала ответов, варианты ответов варьировались от «Очень похож на меня» до «Совсем не похож на меня» [6]. Далее баллы суммировались по вопросам, соответствующим тем или иным ценностям, и усреднялись. Таким образом, для каждого респондента было выявлено ранговое распределение ценностей: власть, достижение, гедонизм, стимуляция, направленность на себя, универсализм, благожелательность, традиция, конформизм и безопасность.

Далее респонденты были разделены на группы в соответствии с преобладанием у них тех или иных ценностей: группа «Самопревосходство», демонстрирующая преобладание ценностей универсализма и благожелательности в ценностной системе респондентов; группа «Самосовершенствование», демонстрирующая преобладание ценностей достижения и гедонизма в их ценностной системе; группа «Открытость изменениям», демонстрирующая преобладание ценностей направленности на себя, гедонизма и стимуляции.

Исследование показало существование неслучайных различий в уровне воспринимаемой этичности и эффективности среди групп респондентов с разными ценностными ориентациями для значительной части рекламных образцов, также существование неслучайных различий в эмоциональном отношении для небольшой части социальных реклам. Из существований этих различий можно сделать несколько выводов. Во-первых, многие рекламы действительно отражали противоположность ценностей респондентов из кластеров «Самопревосходство» и «Самосовершенствование», доказывая это тем, что показатели восприятия образцов социальной рекламы у них значительно отличались. Во-вторых, на разные образцы социальной рекламы респонденты реагировали по-разному. Довольно интересным представляется факт, что различия в реакции респондентов демонстрировало не сколько тематическое разнообразие рекламы, сколько само содержание рекламных сообщений, направления её концептов, степень возможности соотнесения респондента с персонажами социальной антитабачной рекламы. Можно было заметить силу влияния того, насколько социальная реклама покушается на свободу выбора человека (для определённых групп), а также силу влияния визуального решения, отражающую вероятность соотнесения персонажей социальной рекламы с респондентом. Очевидно, что степень соотнесения респондента с героем социальной антитабачной рекламы играет двоякую роль, поскольку, чем больше социальная реклама противоречит ценностям человека, и при этом, чем удачнее она переносит потребителя на место героя социальной рекламы, тем хуже это может сыграть на показателях эффективности восприятия для конкретного индивида в итоге. Для более обоснованных суждений требуется поводить дополнительные исследования на проверку определенных гипотез, однако проведённое исследование дает возможность предположить, что изображения, нацеленные на вред близким, использующие персонажей, внешне близких реципиенту сообщения, а также сообщения, предполагающие общественное порицание, сильнее воздействовали на группу из кластера «Самопревосходство». Респонденты из кластера «Самосовершенствование» выше других оценили эффективность социальной рекламы, использующую сложные визуальные образы, респонденты из

кластера кластер «Открытость изменениям», в целом, по сравнению с другими группами, оценивали негативно рекламные сообщения, стремящиеся уменьшить их свободу выбора и претендующие на изменения их жизненных принципов. Так или иначе, главная мысль исследования заключалась в том, что при создании социальной антитабачной рекламы необходима большая работа по определению особенностей целевой аудитории социальной рекламы, их ценностной направленности.

Стоит также отметить подтверждение такого интересного факта, как невозможность выделения в отдельный кластер респондентов ценностной категории «Консерватизм» (обладателей ценностей традиции и конформизма), что говорит о незначительном присутствии таких ценностей среди молодёжи.

Следует сделать акцент на изменении смысловой направленности социальной рекламы. Предлагая только негативную сторону социально неодобряемого поведения, разработчики социальной рекламы отсекают широкий пласт возможностей, связанных с предложением возможных путей решения проблем. Социальная реклама должна взять на себя обязанность создавать новые смыслы, заставить человека поверить в собственные силы и способность взять ситуацию под свой контроль, и найти для себя новые интересы в жизни [4].

Если социальная реклама неудачна, равнодушие – это самый безобидный исход. Проблема неэффективной, неудачной, неадекватной социальной рекламы заключается в том, что она, предпринимая неудачную попытку изменения поведения, может послужить толчком к противодействию социальным нормам, или привлечению интереса к поведению и стилю жизни, недостатки которого она пыталась продемонстрировать. Может случиться такое, что неэффективная социальная реклама приведет к антисоциальным последствиям.

Подводя итог, следует сказать, что более детальное рассмотрение образцов рекламы, продемонстрировавших существенность различий в оценке восприятия рекламы независимыми кластерами респондентов с разными ценностными ориентациями, помогло подтвердить различия во влиянии мотивационных целей, лежащих в основе ценностей, на поведение и оценочное восприятие представителей целевой аудитории, помогло понять суть этих различий. Следует отметить, что целью данного исследования не было выявление «плохих» или «хороших» рекламных образцов, «эффективных» или «неэффективных» тем рекламных сообщений. Проведенное эмпирическое исследование подтвердило различие в восприятии эффективности и этичности реклам различными респондентами, а значит, подтвердило предположение о том, что не бывает плохих или хороших социальных реклам, а также подтвердило тот факт, что разные социальные рекламы, использующие разные механизмы воздействия, будут варьироваться по показателям эффективности и этичности для различных групп. Следовательно, при создании социальной рекламы требуется глубокий анализ целевой аудитории, её мотивационных целей и ценностей, направляющих её восприятие и поведение.

В дальнейшем необходимо проведение комплексных исследований, включающих более широкий спектр факторов (не только ценностных ориентаций), для построения регрессионных моделей и включения действительно значимых факторов. Также требуется проведение исследований, использующих контентный анализ образцов социальной рекламы – для точного выявления инструментов, наиболее сильно

воздействующих на восприятие эффективности социальной рекламы отдельными группами потребителей со схожими ценностными ориентациями.

Литература

1. Евстафьев В.А., Пасютина Е.Э. История российской рекламы. Современный период. М.: Дашков и К, 2016.
2. Мандель Б.Р. Социальная реклама. М.: Инфра-М, 2012.
3. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама. М.: Аспект Пресс, 2008.
4. Савин В.А., Слинько А.Е. Социальная реклама и её потенциальные ресурсы воздействия на личностные ценности. М.: Кредо, 2012.
5. Consumer goods and retail: Russia. Industry report. The Economist Intelligence Unit. UK. October, 2014.
6. Schwartz S.H. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values // Online Psychology and Culture, 2012.

СЕКЦИЯ «ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Е.В. Гончаров

магистрант

В.Н. Гришин

канд. экон. наук, доц.

(ГУУ, г. Москва)

ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ СОВМЕСТНОГО ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В АЭРОПОРТАХ РОССИИ

Любой крупный и развивающийся аэропорт сталкивается с проблемой увеличения пропускной способности. Для решения данной проблемы можно прибегнуть к одному из следующих вариантов разрешения проблемы: строительство новых объектов и развитие инфраструктуры аэропорта либо применение инновационных технологических решений. Развитие инфраструктуры аэропорта требует больших инвестиций, в связи с этим целесообразно максимально задействовать имеющиеся производственные мощности путем внедрения новых технологий. Данный вопрос не должен решаться исключительно аэропортом. Для решения задачи внедрения новых технологий необходимо привлечение к процессу всех участников, осуществляющих свою деятельность на территории аэропорта, а также органов обслуживания воздушного движения. Применение концепции совместного принятия решений всех вышеперечисленных участников процесса организации деятельности аэропорта позволит получить максимальную отдачу от имеющихся производственных мощностей, не прибегая к изменению инфраструктуры аэропорта.

Концепция совместного принятия решений включает следующие характеристики:

- процесс совместного принятия решений (Collaborative Decision Making, CDM) дает возможность всем участникам, задействованным в том или ином процессе, участвовать в принятии решений, которые затрагивают их, т.е. процесс совместного принятия решений не ограничивается какой-либо отдельной сферой, например, аэропортом или полетами по конкретному маршруту;
- процесс CDM позволяет принимать решения всех уровней: от долгосрочного планирования до операций в реальном времени;
- процесс CDM можно применять как активно, так и пассивно, посредством совместно согласованных процедур;
- эффективное управление информацией и совместное ее использование позволяют всем участникам процесса получать достоверную информацию, оказывающую важное влияние на решения других участников;
- любой участник процесса может предложить вариант решения.

Для аэропортов такое сотрудничество обосновывается следующими недостатками в деятельности аэропортовых служб:

1) недостаточной координацией между поставщиками аэронавигационного обслуживания (ANSP), аэропортами, пользователями воздушного пространства, производителями, регулирующими органами и ИКАО (от англ. ICAO – International Civil Aviation Organization) – Международная организация гражданской авиации). Данная проблема приводит к разобщенности аэронавигационной системы;

2) недостаточная координация на местном, региональном и глобальном уровнях. Это приводит к ухудшению интероперабельности и к географическим различиям с точки зрения характеристик и качества;

3) фрагментарный эксплуатационный подход. Отсутствие системы «от перрона до перрона» и «от полета по маршруту до полета по маршруту» приводит к снижению эффективности полетов и эксплуатации аэропортов.

Сотрудничество и координация всех участников процесса организации деятельности аэропорта обеспечивают [2]:

- принятие согласованного видения ожидаемых результатов;
- гарантии того, что каждая сторона внесет свою часть в достижение требуемой эффективности работы;
- гарантии того, что все участники используют совместимые подходы, методы и номенклатуру.

При использовании концепции совместного принятия решений все процессы будут осуществляться в информационно насыщенной среде, в которой главным фактором сотрудничества будет являться обмен данными [3]. Различия в требованиях к данным, необходимым для поддержания разных процессов CDM, заставляет пользователей воздушного пространства осуществлять дополнительные инвестиции в информационную инфраструктуру и механизмы сбора данных. Также ожидается увеличение степени автоматизации, особенно в рамках процессов CDM с более быстрым временем реагирования.

Помимо этого, данная система принятия решений помогает выстроить последовательность действий для одобрения одного из вариантов возможных решений: противоречивые решения могут быть обусловлены наличием различных уровней принятия решений. Например, посредством процесса CDM может быть достигнуто согласие в отношении общих целей эффективности

стратегических решений. Совместно принятые оперативные решения могут быть направлены на достижение иных эксплуатационных целей с учетом специфики конкретной ситуации и на практике могут входить в противоречие со стратегическими решениями. Процедуры должны учитывать возможность возникновения таких противоречий и содержать указания по их устранению.

Хотя обмен информацией в значительной степени способствует реализации процесса CDM, самого по себе обмена информацией недостаточно для осуществления процесса CDM и достижения его целей. Процесс CDM также требует заранее определенных и согласованных процедур и правил для обеспечения того, чтобы совместные решения принимались на оперативной и справедливой основе. Процесс CDM обеспечивает принятие прозрачных решений на основании наилучшей доступной, своевременной и точной информации, представленной участниками.

Совместное принятие решений пресекает попытки получить преимущества или «обмануть» систему: поскольку процессы CDM основываются на информации, поступающей от многих участников, каждый из которых преследует свои цели. Потенциальная проблема связана с возможностью представления ложной информации для того, чтобы «обойти» систему. Недостаточная гармонизация может осложнить выявление или воспрепятствовать попыткам противодействовать влиянию подобного поведения на отдельные процессы, в результате чего система может стать несправедливой для какого-либо из её участников.

Цель А-CDM – улучшить обмен сведениями между партнерами по А-CDM, а также заранее определить процедуры и правила их взаимодействия [1]. Она позволяет управлять потоком воздушного движения и пропускной способностью аэропортов, что приводит к сокращению задержек, повышению предсказуемости событий и оптимизации использования ресурсов. Внедрение А-CDM позволяет ее участникам оптимизировать свои операции и решения благодаря сотрудничеству друг с другом на основе знания своих предпочтений, ограничений, реальной и прогнозируемой ситуации. Принятию решений участниками А-CDM способствуют обмен своевременно представляемыми и точными данными, а также адаптированные процедуры, механизмы и инструменты. Важной особенностью всех процессов CDM является заблаговременное согласование участниками процедур и правил взаимодействия до начала эксплуатационной деятельности. Эти процедуры и правила описывают порядок взаимодействия партнеров по CDM и порядок принятия решений для обеспечения эффективной работы и равного соблюдения интересов всех партнеров.

Литература

1. Международная ассоциация воздушного транспорта [Электронный ресурс] : Официальный сайт ИАТА. – Режим доступа: www.iata.org.
2. ИАТА. "Глобальная эксплуатационная концепция ОрВД" (2005).
3. Никулин А.О., Попов А.А. Внедрение процедур А-CDM в аэропорту Шереметьево // Научный Вестник Московского Государственного Технического Университета Гражданской Авиации. 2015. № 221 (11).

В.Н. Гришин

канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

О.В. Коновалова

канд. экон. наук, доц.
(МГУПС, г. Москва)

РОЛЬ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВЕНЧУРНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Разработка наукоемких проектов происходит не один год, а нередко длится годами, что требует немалых инвестиций. Особенность венчурного бизнеса в том, что эти инвестиции начнут приносить отдачу через несколько лет. Венчурный и бизнес-ангельский инвестор рассматривает сотрудничество («совместное проживание») с инноватором, находящимся на ранней стадии развития («посевная», «старт-ап»), и ориентирован на быстрый рост бизнеса, хотя нередко перспектива их совместной деятельности составляет от 5 до 10 лет. При этом инвестора не интересует текущая прибыль, которую он, как правило, реинвестирует в этот же бизнес. На первом месте стоит стоимость компании, долю которой он в конечном итоге продаст.

Механизм венчурного предпринимательства имеет ряд отличий от всех других моделей финансовой поддержки предпринимателя:

- 1) венчурный инвестор предоставляет необходимые средства именно под перспективную идею и без гарантированного обеспечения имеющимся имуществом, сбережениями или прочими активами предпринимателя;
- 2) предполагается активное участие венчурного инвестора в управлении финансируемого проекта на всех этапах совместной деятельности.

Венчурные инвесторы в лице бизнес-ангелов и их объединений, а также венчурных фондов, как ни один другой инвестор (разве что за исключением государства), готовы вкладывать средства в новые наукоемкие разработки, несмотря на то, что им сопутствует высокая степень неопределенности, ориентируясь на возможный большой потенциальный резерв получения прибыли.

Рассмотрение предлагаемой сделки начинается с предоставления бизнес-плана, которому на более ранних этапах развития венчурного бизнеса не придавалось большого значения, тогда как сегодня он играет важную роль. Например, Том Перкинс составил бизнес-план Intel на полутора страницах. Сегодня же в США, которые занимают первое место по привлечению венчурных инвестиций, лишь один из 20 бизнес-планов читается инвесторами дальше аннотации, а в среднем лишь 6 из 10 тыс. бизнес-идей изобретателей, предоставленных на рассмотрение инвесторам, получают в конечном итоге венчурное инвестирование.

Качество же бизнес-плана важно для того, чтобы привлечь внимание потенциальных инвесторов, и особенно для начинающих предпринимателей, у которых нет ещё послужного списка в области управления бизнесом вообще и управления венчурным предприятием в частности. Безусловно, венчурный капиталист, прежде всего посредством изучения бизнес-плана, оценивает личность самого предпринимателя и инноватора, а также качество команды.

Бизнес-план должен иметь правильную структуру и содержание, в котором разделы представлены логично и четко выделены, а также изложение должно быть максимально лаконичным и информативным и удерживать интерес читателя. В бизнес-плане предусматриваются фаза привлечения инвестора и «выход» инвестора из проекта. Он должен также содержать обоснование выгоды проекта для инвестора, в том числе, на основании финансового расчета. Следует учитывать, что внутренняя норма рентабельности (IRR) инвестора должна превышать 30% годовых.

В отдельном подразделе бизнес-плана приводится детальное описание расходования средств инвестора. В случае привлечения государственного софинансирования то же относится и к расходованию привлеченных бюджетных средств.

Эксперты по венчурному финансированию обращают внимание на следующее:

- бизнес-план должен предоставлять некую «дорожную карту», показывающую, как компания-реципиент (инноватор) собирается достичь своих целей;
- бизнес-план должен содержать анализ сильных и слабых сторон бизнеса, возможностей и угроз (например, SWOT-анализ);
- бизнес-план должен содержать планы компании-реципиента на ближайшее будущее и далекую перспективу (5-10 лет).

Необходимо раскрыть каждый аспект, представляющий интерес именно для венчурного инвестора: идею проекта, предложение ценности для инвестора, финансовые расчеты, структуру сделки, маркетинговые стратегии, оценку бизнеса и стратегии выхода инвесторов из проекта.

При подготовке бизнес-плана следует принимать во внимание изложенные ниже особенности венчурных проектов:

- для успешных венчурных проектов характерен быстрый рост доли рынка, что требует значительных оборотных средств на фазе начала продаж;
- продукт/услуга венчурного проекта – новое явление на рынке, требующее грамотной маркетинговой политики. Эта политика должна найти свое отражение в бизнес-плане (в том числе должны быть подробно прописаны маркетинговые затраты);
- в первые один-два года «совместной жизни» с инвестором венчурный проект проходит стадию «долины смерти» – нехватки средств на развитие. На этот период следует разработать наиболее оптимальную структуру расходов, заложить непредвиденные расходы (рекомендуется примерно до 20% от запланированных расходов);
- структура бизнес-плана должна содержать перечень конкретных мероприятий и предусматривать возможность оценки выполненных действий методом «план-факт»;
- в финансовом плане обязательно приводится план о прибылях/убытках, план движения денежных средств, плановый агрегированный баланс. В бизнес-плане должны найти отражение все налоговые платежи. Финансовый прогноз должен делаться исходя из времени нахождения инвестора в проекте до «выхода».

При составлении финансовых прогнозов венчурных проектов часто наблюдается рост базовых параметров (например, выручки) за один год более, чем в 2-3 раза, что требует четкого обоснования.

Отбор проектов для инвестирования проходит две стадии – это стандартизированные бизнес-процессы deal flow («анализ потока проектов») и

due diligence («тщательный анализ инвестиционной возможности»). В венчурном фонде эти стадии обязательны.

На стадии deal flow («анализ потока проектов») проводится первоначальный этап поиска конкурентоспособных проектов. Основными источниками информации о них становятся их описания, поступающие инвестору. Со своей стороны, инвестор сам ищет проекты через анализ прессы и рекламных материалов, выставки и венчурные ярмарки, базы данных ассоциаций венчурного инвестирования, информацию о разработках в научном секторе, личные контакты. Вне зависимости от предпочтений инвесторов общим критерием принятия решения при начальной фазе отбора являются ответы на следующие вопросы:

- предлагается ли создать конкурентоспособный и имеющий спрос продукт?
- имеются ли реальные предпосылки для осуществления проекта, причем с высокой прибылью?
- будет ли возврат на инвестиции значительно превышать средние показатели по рынку, компенсируя высокие риски инвестора?

Процедура анализа одного проекта в процессе deal flow занимает немного времени, и, принимая решение об отборе проекта, венчурный инвестор склонен во многом полагаться на свою интуицию, основанную на первом впечатлении. Обычно на этом шаге отбрасывается больше половины из предложенных к рассмотрению проектов. Соискателям нужно четко помнить об этом и добиваться того, чтобы первое впечатление от заявки на финансирование было положительным.

Именно тщательное изучение бизнеса инвестируемой компании на стадии «due diligence» направлено на тщательное изучение проекта, выявление и анализ возможных рисков для инвестора. Эта стадия может длиться несколько месяцев и завершается принятием окончательного решения о начале инвестиций или отказе от них. Рассматриваются все аспекты состояния рынка в целом, возможности, которые открывает реализация проекта, процесс построения бизнеса. Основные задачи процесса «due diligence»:

- понять бизнес и перспективы роста стоимости компании (в том числе количественно);
- оценить риски;
- проанализировать перспективы проекта с финансовой точки зрения;
- изучить перспективы бизнеса, рынок и конкурентную среду;
- изучить способности заявителей проекта в эффективном управлении бизнесом;
- понять технологическую сторону проекта, конкурентные преимущества предлагаемой технологии;
- разобраться в бизнес-модели, механизме генерации прибыли и рыночном риске;
- изучить состояние интеллектуальной собственности и имеющихся активов.

С практической точки зрения при рассмотрении бизнес-плана «подрывных» инноваций венчурному инвестору необходимо обратить внимание на управление созданием цепочки ценностей, ценность бренда и выбор проектной команды.

Рассчитывая на длительное «совместное проживание» с компанией, венчурный инвестор пытается сочетать методы объективного анализа с собственными субъективными ощущениями, имеющими зачастую значение не менее важное.

Особую заинтересованность инвестора в бизнес-плане вызывает описание того, как предприниматель представляет себе будущее своего бизнеса. Именно здесь ярче всего проявляются личности составителей этого документа. Бизнес-планирование основывается на понимании предпринимателем своей настоящей и будущей роли на рынке. Искушённый инвестор может достаточно легко и быстро определить, с кем ему приходится иметь дело: с производственником или рыночником, с погрязшим в текучке трудягой или человеком, обладающим видением целостной картины, идеалистом или прагматиком.

В.В. Дегтярёва
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ МАШИНОСТРОЕНИЯ В ПЕРИОД САНКЦИЙ И ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

Сложная экономическая ситуация в стране, введение санкций против России, низкие экспортные цены на энергоносители, нефть и продукты привели к слабому пополнению бюджета в 2015 г. Риски для инвесторов возросли, кредиты стали менее доступными, а привлекательность экономики РФ для инвестиций понизилась. В результате, значительная часть бюджетов регионов направляется не на развитие малого и среднего предпринимательства, а для сохранения социальных льгот и поддержки населения. Такая тенденция ведет к тому, что проблемы низкой доли малого бизнеса в России не исчезают, а продолжают обостряться и сохранять уровень показателя в размере, не превышающем 25% ВВП, в то время как в развитых странах данный показатель держится на уровне 70-90% ВВП [3].

Машиностроительный комплекс является одним из ключевых секторов экономики. Стабильное функционирование и развитие данной отрасли определяет экономический потенциал РФ, способность конкурировать на внутреннем и мировом рынках, а также обороноспособность государства в целом.

В настоящее время российское машиностроение находится в состоянии длительного спада [1]. Первым сигналом данного состояния стало существенное снижение инвестиционной активности в стране в конце 2012 – начале 2013 гг. Ситуация в отрасли осложнилась до такой степени, что показатели достигли крайне низких значений и причин для улучшений не наблюдается. Изменение данного тренда планируется не раньше конца 2016 г.

Сложившаяся ситуация в отрасли обуславливается рядом причин. В первую очередь, произошло снижение притока инвестиций в основной капитал, что привело к падению спроса на производственное оборудование, а также на продукцию автомобилестроения и бытовую технику.

Другой немаловажной причиной спада является неблагоприятная финансовая ситуация в стране, в частности, удорожание займов, которое вызвано высоким уровнем инфляции. Значение ставки рефинансирования приравненное к значению ключевой ставки Банка России отрицательно сказалось на стоимости кредита для организаций. Таким образом, возможность

финансирования не только новых проектов, но и уже существующих ставится под сомнение [4].

Экспертами были выявлены основные проблемы отечественного машиностроения, а именно [1]:

- большое количество производственных мощностей, часто избыточных и устаревших, в результате чего необходимо привлечение значительного количества средств для их содержания;
- износ оборудования и существующих технологий достиг критического морального и физического износа;
- вышеупомянутая проблема финансирования из-за низкой инвестиционной привлекательности отрасли затрудняет реализацию, а чаще вообще ставит под сомнение возможность реализации программ стратегических преобразований;
- существующая производственная кооперация промышленных предприятий является неэффективной;
- дефицит работоспособного инженерного и производственного персонала в связи с их старением, а также недостаточностью квалификации и навыков;
- глубочайшая специализация производства, что в современных условиях является тормозом развития и выживания предприятия.

К сожалению, выявленные проблемы характерны не только для крупных машиностроительных предприятий России. В условиях политики импортозамещения развитие и поддержка отечественных предприятий вышла на первое место. Так, например, одним из главных событий является введение «налоговых и надзорных каникул», которые будут доступны ИП и субъектам малого бизнеса. В соответствии с законопроектом № 814738-6 [3] о внесении изменений в Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» (об установлении запрета на проведение плановых проверок в отношении субъектов малого предпринимательства), с 1 января 2016 г. по 31 декабря 2018 г. введен запрет на проведение плановых проверок в отношении юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, отнесенных в соответствии с положениями 4 статьи 294-ФЗ. Утвержденная Государственная программа Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» (утв. постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 328) [3], направленной на создание устойчивой, конкурентоспособной промышленности, относящейся к предмету программы, в том числе машиностроения в целом. Главными направлениями в отрасли становятся: развитие экспортного рынка, расширение межотраслевых связей, коренная модернизация машиностроительных предприятий, выпуск новых товаров, производство которых не зависит от импортных комплектующих, а также разнообразие ассортимента продукции машиностроения.

Как уже упоминалось ранее, отрасль находится в состоянии спада, а поэтому является непривлекательной. Ухудшающееся качество отечественных производителей, технологическое отставание передовых машиностроительных предприятий, банкротство с последующей ликвидацией автомобилестроительных гигантов – это и многие другие причины привели к тому, что потребитель перешел на импортные товары.

Несмотря на выявленные негативные тенденции, а именно: невысокая рентабельность, длительные сроки реализации проектов, снижение темпов

роста и т.д., существует и ряд положительных характеристик, обуславливающих рациональность вхождения на данный рынок. Машиностроение – одна из базовых отраслей экономики в настоящее время. «Уровень развития отрасли во многом определяет показатели ВВП страны, производительность труда практически во всех отраслях народного хозяйства, уровень экологической безопасности промышленного производства, обороноспособность государства» [2]. Кроме того, социальная значимость данной отрасли, особенно для некоторых регионов Российской Федерации, говорит о рациональности вхождения в данную отрасль. По оценкам экспертов количество работников сферы машиностроения составляет 1/3 от числа всех работающих в промышленности России.

В дополнение к вышесказанному, по оценкам аналитических агентств в связи с внешнеполитической обстановкой (введением санкций), а также при поддержке Правительства возможен подъем отрасли за счет увеличения спроса на продукцию отечественных производителей, в связи с привлекательной ценой и соответствующим качеством. И простое воспроизводство для данной отрасли не может быть рассмотрено. В качестве альтернативы следует применять инновационные методы развития данной отрасли.

Литература

1. Климович К. П., Одинцова М. А. Проблемы и перспективы развития машиностроительного комплекса России в условиях рыночной экономики // Экономический журнал. 2014. № 4(36). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-razvitiya-mashinostroitel'nogo-kompleksa-rossii-v-usloviyah-rynочноy-ekonomiki> (дата обращения: 22.10.2016).
2. Муханова И.В. Модернизация машиностроения России в условиях экономических санкций: проблемы и пути решения // Экономический журнал. 2015. № 2(38). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/modernizatsiya-mashinostroeniya-rossii-v-usloviyah-ekonomicheskikh-sanktsiy-problemy-i-puti-resheniya> (дата обращения: 22.10.2016).
3. Прогноз долгосрочного социально – экономического развития РФ на период до 2030 г. URL: government.ru/media/files/41d457592e04b76338b7.pdf (дата обращения: 22.10.2016)
4. Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 328 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» Система ГАРАНТ: http://base.garant.ru/70643464/#block_100000#ixzz4NfAxGR9RC Система ГАРАНТ. URL: base.garant.ru/70643464/#block_100000#ixzz49wcuuxon (дата обращения: 22.05.2016).

Е.Н. Дуненкова
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМНОГО РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Инновационная инфраструктура понимается как комплекс организационно-экономических институтов, непосредственно обеспечивающих условия

реализации инновационных процессов хозяйствующими субъектами (в том числе специализированными инновационными организациями) на основе принципов экономической эффективности как национальной экономики в целом, так и ее экономических субъектов, в условиях конъюнктурных колебаний рынка [2].

Состояние российской экономики характеризуется непоследовательностью государственной инновационной политики, сокращением возможностей финансирования инновационной деятельности, снижением интереса производителей к разработке, реализации, поддержке инновационных проектов и, следовательно, свертыванием многих программ модернизации производств. Это происходит на фоне неблагоприятной макроэкономической ситуации и ожиданий углубления кризиса средней волны в период смены длинных волн.

В общем случае эффективность инновационных процессов зависит не только от непосредственной деятельности их участников, но и от того, как эти участники взаимодействуют друг с другом. Инновационная инфраструктура должна обеспечить выполнение ряда функций:

- превращение результатов научных исследований в инновационный проект, привлечение для его реализации необходимых финансовых средств и подготовку квалифицированного персонала;
- создание и поддержание новых инновационных предприятий, государственно-частных инновационных партнерств;
- обеспечение мобильности специалистов, поддержку создания профессионального сообщества, обеспечения квалифицированным персоналом инновационного процесса на всех его переделах.

Результатом работы инновационной инфраструктуры должна стать активизация рынка исследований и разработок, развитие производственной сферы, создание эффективных связей между участниками инновационного процесса и в итоге – создание конкурентоспособных инноваций. Инфраструктура выступает как фактор, влияющий «на формирование инновационного потенциала и результативность практических применений инноваций» [1].

Инновационная инфраструктура является эффективным средством развития региона. Исследования показывают наличие прямой взаимосвязи затрат на формирование инновационной инфраструктуры с темпами экономического роста. Например, в странах-лидерах наибольшей величине государственных расходов на инфраструктуру соответствует наиболее высокая производительность труда.

Также инновационная инфраструктура является условием перехода к инновационной экономике, в силу взаимодействия ее составляющих и элементов. Составляющие инновационной инфраструктуры обязаны поддерживать и балансировать связи между основными рынками инновационной системы: рынком новшеств (инноваций), рынком инновационного капитала, рынком инновационной продукции и рынком сервисных услуг в рамках инновационной деятельности [7]. Однако к настоящему времени гармонизация взаимодействий между этими рынками, как и системность инновационной инфраструктуры, не обеспечена.

В системе инновационной инфраструктуры в соответствии с преобладающими функциями можно выделить несколько составляющих (подсистем): производственно-технологическая, обеспечивающая поддержку деятельности по созданию и освоению новшеств, в том числе производство в крупных масштабах; финансовая, базирующаяся на развитых факторах производства, таких как финансовые средства, обеспечивающие

инновационную деятельность; информационно-консалтинговую, задачей которой является обеспечение взаимодействия агентов инновационной деятельности и трансфер знаний; культурно-образовательную, связанную с подготовкой людей к инновационной деятельности и формированием инновационной культуры. Взаимодействие этих подсистем порождает эффект синергии, проявляющийся в еще одной комплексной подсистеме — территориально-производственной, стимулирующей инновационное развитие территории (региона) и включающей в себя институты, несущие двойную функцию – как собственно осуществление инновационной деятельности, так и ее поддержку – территории опережающего развития, технико-внедренческие особые экономические зоны, наукограды, кластеры.

Производственно-технологическая подсистема инновационной инфраструктуры включает центры трансфера технологий, инкубаторы бизнеса, технопарки, инновационно-технологические центры, центры коллективного пользования научного и производственного оборудования, инновационно-промышленные комплексы. Недостатком данной подсистемы является отсутствие эффективных связей как между внутренними элементами инфраструктуры, так и с производственным комплексом. В частности, отсутствует сквозная поддержка в рамках процесса: разработка проекта – освоение и выход на рынок – серийное производство – массовое производство. Все усилия сосредоточены в начале инновационного цикла, а его развитие является крайне неудовлетворительным в силу слабого продвижения отечественных разработок, недоверия к ним производителей, нерешенности вопросов правовой защиты результатов интеллектуальной деятельности, отсутствием долгосрочных перспектив.

Непосредственно связанной с производственно-технологической подсистемой по всем этапам инновационного процесса должна являться финансовая подсистема. К ней относятся посевные и венчурные фонды (теоретически взаимодействующие с центрами трансфера технологий и инкубаторами бизнеса), коммерческие банки (обеспечивающие возможности организации серийного и крупносерийного производства), государственные фонды. В реальности финансовая подсистема работает обособленно, самостоятельно отбирая проекты для поддержки на ранних стадиях инновационного цикла, а нестабильность экономической ситуации не позволяет инноваторам добиваться долгосрочных инвестиций на производство.

Очень активно развивается в последнее время информационно-консалтинговая подсистема. Она аккумулирует сведения практически обо всех реализуемых исследованиях, проектах, потребностях предприятий. Однако здесь также имеется проблема, связанная с многочисленностью информационных ресурсов и отсутствием единого подхода к их созданию.

Наибольшие проблемы испытывает культурно-образовательная составляющая. В течение уже длительного периода времени реформируется образовательная система, при этом результат этих реформ неочевиден. Давление, оказываемое на вузы, приводит в ряде случаев к смене приоритетов – вуз рассматривает себя прежде всего как рыночного игрока, цель которого – зарабатывать деньги, в качестве вторичной функции рассматривается публикационная активность, а собственно качество образования отходит на задний план. В результате в 2008–2012 гг. на российском рынке рабочей силы был отмечен неудовлетворенный спрос на профессионально-квалификационные группы: специалисты высшей квалификации, специалисты среднего уровня квалификации, квалифицированные рабочие предприятий [5]. Эта тенденция пока сохраняется.

Инновационная культура населения также не способствует инновационной активности. Так, в частности, А.А. Смирнов в качестве причины неготовности населения к вложению свободных денежных средств в банки, фонды венчурного финансирования и пр. указывает на то, «что в России прочно бытует мнение о нелегитимности происхождения капиталов» [4].

Все это приводит к формальной реализации инновационной деятельности, и в первую очередь это заметно на примере развития инновационно-территориальных кластеров. Не подлежит сомнению, что роль государства в формировании и развитии кластеров в России объективно высока по причинам [3]:

- необходимости согласования кластерной политики с регионами;
- поддержки в сфере финансирования и стимулирования расширения хозяйственных связей в кластере;
- помощи в формировании и развитии инновационной инфраструктуры кластера;
- формирования инновационной культуры и обеспечения экономической безопасности страны.

Однако такая поддержка одновременно порождает «потребительские» настроения участников кластера, которые в большей степени рассчитывают на государственное финансирование, чем на использование существующих рыночных механизмов. Более того, сама оценка деятельности кластеров не очевидно характеризует их производственную деятельность. Так, в Стратегии приоритетного проекта Минэкономразвития России «Развитие инновационных кластеров – лидеров инвестиционной привлекательности мирового уровня», утвержденной 8.07.2016, ее цель определена как «обеспечение опережающих темпов роста в регионах базирования инновационных территориальных кластерах на основе достижения ими мирового уровня инвестиционной привлекательности, эффективности поддержки предпринимательской деятельности и встраивания в глобальные цепочки добавленной стоимости» [6]. В рамках проекта уже отобраны 11 кластеров – лидеров [8].

Целевыми показателями на четвертый квартал 2020 г. установлены:

- «рост выработки на одного работника не менее чем на 20% по отношению к уровню 2016 г.;
- число высокопроизводительных рабочих мест, созданных заново или в результате модернизации имеющихся рабочих мест, в организациях-участниках кластеров – не менее 100 тысяч за 2016-2020 гг.
- привлечение инвестиций за счет внебюджетных источников – в объеме не менее чем 300 млрд. рублей за 2016-2020 гг.;
- объем работ и проектов в сфере научных исследований и разработок, выполняемых совместно двумя и более организациями-участниками либо одной или более организацией-участником совместно с иностранными организациями не менее 100 млрд. рублей за 2016-2020 гг.;
- рост числа патентов на изобретения в организациях-участниках кластеров не менее чем в 3 раза по отношению к уровню 2016 г.;
- число технологических стартапов, получивших инвестиции, не менее 300 за период 2016-2020 гг.
- удвоение объема совокупной выручки от продаж компаниями кластеров несырьевой продукции на экспорт по отношению к уровню 2016 г.;

- рост средней доли добавленной стоимости в выручке организаций-участников кластеров не менее чем на 20% по отношению к уровню 2016 г.» [6].

Анализ этих целевых показателей, а также конкретные показатели, характеризующие работу кластера, представленные в Приложении № 4 к Стратегии приоритетного проекта Минэкономразвития России «Развитие инновационных кластеров – лидеров инвестиционной привлекательности мирового уровня» «Приоритеты реализации региональных программ формирования кластеров – лидеров инвестиционной привлекательности мирового уровня» [6] подтверждают недостаточное внимание к организации в кластерах условий для промышленного производства. В условиях перехода к новому технологическому укладу это может ослабить возможности России по укреплению позиций на мировом рынке наукоемкой продукции.

Одним из возможных решений данной проблемы является укрепление взаимосвязей в инновационной инфраструктуре, четкая организация взаимодействий между элементами различных подсистем инновационной инфраструктуры, обеспечение сквозной поддержки малых и средних предприятий от стадии разработки и освоения инновационной продукции малыми партиями до адаптации их технологий к крупному производству. Также необходимо преобладающие сейчас структурные и затратные показатели деятельности кластера дополнить динамическими (например, длительность процесса НИОКР и ТПП; длительность процесса освоения производства; длительность полного производственного цикла нового продукта) и показателями интенсивности обновления (число освоенных в производстве новых продуктов и технологических процессов; доля продукции, выпускаемой менее 1 года, 1-2 года, 3-5 лет, более 5 лет; число новых услуг). Это позволит оценивать не только начальные стадии инновационных процессов в кластере, но и объективную результативность этих процессов и рост инновационного потенциала экономики страны.

Литература

1. Бартюк О.В. Факторы инновационного экономического роста России // Интернет-журнал «Науковедение». Вып. 6 (26). 2014. Ноябрь-декабрь. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/65EVN614.pdf>.
2. Дуненкова Е.Н. Методологические основы управления формированием и развитием инфраструктуры региональной инновационной системы. М.: ГУУ, 2013. 175 с. С. 6.
3. Несмачных О.В., Литовченко В.В. Кластерная политика в стратегии инновационного развития России и зарубежных стран // Фундаментальные исследования. 2014. № 9 (ч. 1). С. 162-165.
4. Смирнов А.А. Взаимосвязь инвестиционной и инновационной политики современного развития экономических систем // Инновации в науке. 2014. № 2 (19). С. 79-82.
5. Смирнова Т.Л. Влияние структурных сдвигов высокотехнологичного сектора экономики на рынок рабочей силы в России // Вестник ВСГУТУ. 2014. № 2. С. 108-115. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/download/90302865.pdf>.
6. Стратегия приоритетного проекта Минэкономразвития России «Развитие инновационных кластеров – лидеров инвестиционной привлекательности мирового уровня». Утверждена зам. Министра экономического развития РФ О.В. Фомичевым 8.07.2016. – Режим доступа: <http://innovation.gov.ru/sites/default/files/documents/2016/73525/6606.pdf>

7. Сурин А.В., Молчанова О.П. Инновационный менеджмент: учебник. М.: ИНФРА-М, 2008. 368 с.

8. Штукина Е. Медведев обсудит развитие инновационных территориальных кластеров в России. РИА-Новости / Прайм, 26.10.2016. – Режим доступа: <https://ria.ru/economy/20161026/1479996187.html>

О.С. Ежова
магистрант
(ГУУ, г. Москва)

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ УСЛОВИЙ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ПРИГОРОДНЫХ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ПЕРЕВОЗОК

Пригородные железнодорожные перевозки – это сфера деятельности, имеющая высокую социальную значимость. Так, в 2015 г. в пригородном сообщении на железнодорожном транспорте было перевезено около 922,5 млн. чел. По пассажирообороту доля пригородных перевозок среди всех видов транспорта превышает 50% в целом по стране, а в отдельных регионах составляет более 80% (в 2015 г. пригородный пассажирооборот составил порядка 30,9 млрд. пасс-км. [8]) Транспортная система РФ обеспечивает около 6% [10] ВВП страны, в том числе сфера пригородных пассажирских перевозок обеспечивает около 3% ВВП РФ [7].

Устойчивое развитие экономики и социально-экономическая стабильность страны взаимосвязана с пригородным комплексом. Экономическая безопасность ОАО «РЖД» тоже зависит от работы пригородных компаний.

Значение пассажирского железнодорожного транспорта велико по следующим причинам. С одной стороны, он, как и весь транспорт, обеспечивает мобильность рабочей силы (низкие показатели мобильности сдерживают экономический рост). С другой стороны, именно пути железнодорожного сообщения зачастую безальтернативны. Причём безальтернативность железных дорог в отношении пригородных перевозок пассажиров имеет место в трёх случаях [9]:

- в регионах с низко развитой сетью автодорог (районы юга Восточной Сибири и Дальнего Востока);
- в регионах, с массовой маятниковой миграцией населения (Московский транспортный узел). Здесь преимуществом железных дорог является высокая провозная способность, представляющая альтернативу пробкам на автодорогах, а также их гораздо более высокая экологичность;
- в регионах с достаточно разветвлённой сетью автодорог и в части населённых пунктов, расположенных вдоль железнодорожных линий, не имеющих подъездных автодорог соответствующей категории, которые позволяли бы запустить по ним автобусное сообщение (Тверская область).

Структурная реформа железнодорожного транспорта, проводимая в России в соответствии с постановлением Правительства РФ от 18.05.2001 № 384 (в ред. от 20.12.2004 № 811, от 22.07.2009 № 600), оказала существенное влияние на процесс осуществления пригородных перевозок [3].

Ранее перевозки в пригородном сообщении были далеко не на первом месте по значимости в работе железных дорог, что негативно сказывалось на их качестве. Часть расходов по содержанию пассажирского хозяйства включались в тариф на перевозки грузов и фактически перекладывалась на грузоотправителей.

В соответствии с Программой структурной реформы на железнодорожном транспорте были образованы 26 специализированных перевозочных компаний по пригородным пассажирским перевозкам (в настоящее время 25 пригородных компаний), но эффективность их деятельности не соответствует ожидаемым прогнозам.

В 2014-2015 гг. были приняты решения, направленные на повышение эффективности перевозок:

1) ежегодно, в течение 15 лет, выделяются 25 млрд. руб. на субсидирование инфраструктурных платежей (в 2014 г.) [6];

2) утверждена Концепция развития пригородных пассажирских перевозок железнодорожным транспортом (Распоряжение Правительства РФ от 19.05.2014 № 857-р), определяющая дальнейшее развитие и совершенствование модели функционирования пригородного комплекса [1];

3) утверждены Правила перевозок пассажиров, багажа, грузобагажа железнодорожным транспортом (Приказ Минтранса России от 19.12.2013 № 473, в ред. от 27.08.2015 № 267, от 21.07.2016 № 202), которые определяют условия, требования и нормы перевозочной деятельности [4];

4) даны поручения Президента России от 18.02.2015 № Пр-398, от 20.02.2015 № Пр-285 в части совершенствования регуляторной модели пригородных перевозок, направленные на выполнение проводимых преобразований и создание предсказуемых условий деятельности для всех участников рынка [5];

5) установлен льготный коэффициент 0,01 на услуги инфраструктуры и принято решение о выделении дополнительных субсидий на компенсацию потерь в доходах от государственного регулирования тарифов (Постановление Правительства РФ от 25.02.2015 № 166) [2].

Несмотря на введенные меры, прибыль от пригородных пассажирских перевозок недостаточна для реализации мероприятий, направленных на развитие инновационного потенциала пригородного комплекса, из-за высокого уровня расходов перевозчиков. Причины высокого уровня расходов и потерь в доходах:

- отсутствие налаженного механизма государственного заказа;
- нарушение субъектами РФ условий контрактов по перевозке населения;
- несовершенный способ определения нормативов затрат на одного гражданина, имеющего льготу (федерального и регионального уровней) на проезд железнодорожным транспортом пригородного сообщения.

Решить существующие проблемы позволит:

- установление ставки НДС 0% на услуги железнодорожного транспорта в пригородном сообщении на бессрочной основе;
- установление льготного коэффициента к тарифам на услуги инфраструктуры в размере 0,01 с полным возмещением выпадающих доходов (потерь в доходах) на долгосрочный период;
- внесение изменений в расчет нормативов затрат на одного гражданина, имеющего льготу на проезд железнодорожным

- транспортом пригородного сообщения, с целью исключения дефицита и избыточности субсидирования конкретных перевозчиков;
- определение условий (сроков) компенсации потерь в доходах пригородных компаний субъектами РФ;
 - определение норматива установления тарифов на услуги ОАО «РЖД» (услуги инфраструктуры, аренды, управления и эксплуатации, ТО, ТР и КР подвижного состава);
 - разработка долгосрочной программы закупки подвижного состава с учетом внебюджетных источников финансирования и средств господдержки.

При сохранении существующего положения пригородные перевозки будут развиваться инерционно, и сдерживающим фактором будет являться политические решения субъектов РФ.

Реализация предложенных решений позволит повысить доходность перевозок и обеспечит возможность получения чистой прибыли, что в свою очередь окажет положительное влияние на уровень кредиторской задолженности компаний перед ОАО «РЖД» и инновационный потенциал. Чистая прибыль, полученная компаниями, может быть направлена на погашение задолженности перед Холдингом «РЖД» и на реализацию мероприятий инвестиционной программы инновационного развития сферы пригородных железнодорожных перевозок (как ППК, так и Холдинга в целом).

Литература

1. Концепция развития пригородных пассажирских перевозок железнодорожным транспортом: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 19 мая 2014 № 857-р // Собрание законодательства Российской Федерации. 2014.
2. О внесении изменений в Постановление Правительства Российской Федерации от 17 октября 2011 г. № 844: Постановление Правительства Российской Федерации от 25 февраля 2015 № 166 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2005.
3. О программе структурной реформы на железнодорожном транспорте: Постановление Правительства Российской Федерации от 18 мая 2001 г. № 384 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2001 г. с изм. и доп. в ред. от 20.12.2004 № 811, от 22.07.2009 № 600.
4. Правила перевозок пассажиров, багажа, грузобагажа железнодорожным транспортом: Приказ Минтранса России от 19.12.2013 № 473 // газета «Транспорт России». – 2013 г. с изм. и доп. в ред. от 27.08.2015 № 267, от 21.07.2016 № 202.
5. Поручения Президента России от 18.02.2015 № Пр-398, от 20.02.2015 № Пр-285. – Режим доступа: apparat.gov-murman.ru/documents/orders/73763/.
6. Протокол совещания у Председателя Правительства Российской Федерации Д.А. Медведева от 17.03.2014 № ДМ-П9-22пр. п. 7. – Режим доступа: minfin.ru/ru/.
7. Артынов А.П. Пригородные пассажирские перевозки. М.: Транспорт, 2015. 123 с.
8. Итоги 2015 г. сети ОАО «РЖД». – Режим доступа: www.gudok.ru/news/passengertrans/?ID=1323020/.
9. Пассажирские перевозки ОАО «РЖД» в пригородном сообщении. – Режим доступа: ar2015.rzd.ru/ru/.
10. Проблемы конкурентоспособности национальной транспортной системы. – Режим доступа: www.ecfor.ru/wp-content/uploads/2008/fp/3/04.pdf/.

А.А. Канке
канд. экон. наук, проф.
(ГУУ, г. Москва)

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ МАЛОТОННАЖНОЙ ГАЗОХИМИИ

Обновление российской экономики, увеличение глубины переработки углеводородного сырья и модернизация существующих газоперерабатывающих заводов (ГПЗ) сегодня стало повсеместным и главным приоритетом, как в развитии крупнейших нефтегазовых компаний, так и государства. Строительство современных ГПЗ будет сопровождаться увеличением налоговых поступлений, числа рабочих мест, развитием новых технологий, увеличением заказов для других отраслей промышленности, что даст синергетический эффект для инновационного развития экономики страны.

В настоящее время в наиболее технологически развитых странах в области добычи и переработки углеводородного сырья применяются экологически, технологически и экономически целесообразные технологии, предусматривающие переработку попутного нефтяного газа непосредственно на месторождениях. Эти технологии, а также оборудование мини-заводов (установок), создаются по модульному принципу и с обеспечением производства в режиме полной автоматизации, за счет использования высоконадежной, точной и гибкой системы управления. Экономическая целесообразность создания и применения данных модульных установок, а также их надежность и качество, практически подтверждены в последние 10 лет не только за рубежом, но и в России.

Актуальность именно таких решений в российских условиях обоснована выше, с учетом изменения размещения ресурсной базы и ограниченности возможностей развития крупномасштабных ГПЗ, созданных в советское время.

При том, что уже созданы вполне конкурентоспособные российские технологические решения, и есть возможность выпускать основные узлы необходимого оборудования на российских предприятиях, практическое отсутствие спроса на мини-ГПЗ в предшествующий период и резкое возрастание этого спроса в условиях угрозы скорого ввода резко повышенных штрафных санкций за сверхнормативное сжигание ПНГ привели к тому, что на российском рынке преобладают проекты мини-ГПЗ на основе западных проектов и поставки оборудования из-за рубежа.

Производство этих установок за рубежом осуществляется по нормам и правилам соответствующих стран. Нормы и правила стран Северной Америки и Евросоюза, где изготавливается оборудование мини-ГПЗ, в значительной степени отличается от существующих в России требований к качеству и безопасности аналогичных изделий в целом и их элементов. Требования по надежности и безопасности к элементам установок у изготовителей формируются по иному принципу и на иной основе, чем в России, вследствие чего, при поставках в Россию, приведение установленных норм в соответствии с правилами, принятыми в России, влечет за собой удорожание данного оборудования на 35-45%. В настоящее время методика формирования технических норм и правил, а также правил подтверждения соответствия в России находится на уровне 50-60-х годов прошлого столетия, в то время как

все поставляемое оборудование для переработки попутного газа зарубежных производителей, по сути является оборудованием следующих поколений.

Российские требования носят необоснованно более жесткий характер, чем западные. Их выполнение связано с удорожанием процессов и оборудования (увеличение материало- и металлоемкости, дублирование автоматики, отказ от полной автоматизации). По мере «локализации» в России производства компонент современных мини-НПЗ аналогичные проблемы будут вставать перед пользователями этих, уже российских продуктов.

Соответственно, перед покупателем имеющихся на рынке западных образцов встает задача удешевления стоимости ввозимого оборудования. Эта задача усложняется тем, что из-за более жестких требований предъявляемых по российским стандартам к оборудованию ГПЗ, западным производителям приходится делать для России фактически специальное оборудование, более капиталоемкое и энергоемкое на основании вышеуказанных более жестких устаревших национальных стандартов в сфере газопереработки.

Надо отметить, что пакета стандартов именно на малые ГПЗ в России вообще не существует и поэтому надзорным органам приходится использовать имеющиеся стандарты ГПЗ, адаптируя их к малым ГПЗ по принципу масштабирования.

Этан, пропан и бутан содержатся в больших количествах в газоконденсатных месторождениях Западной и Восточной Сибири, в особенности на полуострове Ямал, и являются ценным углеводородным сырьем, обладающим рядом свойств, предопределяющих более высокую рентабельность переработки ресурсов этих месторождений по сравнению с нефтяным сырьем, при условии равенства прочих экономических показателей (стоимость добычи, транспортировки и пр.). В зависимости от фракционного и группового состава данные углеводороды могут быть переработаны в целевые базовые химические соединения и пластмассы.

Экономический эффект при использовании этой газохимической цепочки достигается не только благодаря большему выходу целевых олефинов из вышеперечисленных углеводородных соединений, но и за счет 1,2-1,5 кратного сокращения затрат при переработке этана и пропанобутановой фракции в сопоставлении с прямогонным бензином (НАФТой).

При этом, учитывая меняющуюся структуру нефтегазового сырья, существует возможность реконструкции нефтеперерабатывающих и пиролизных установок с сохранением возможности работы на разных видах сырья.

Многими экспертными сообществами отмечается целесообразность создания в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке единого нефтегазового комплекса, включающего системы добычи, переработки, транспорта и хранения нефти, продуктов нефтепереработки, нефтехимии и газохимии, а также гелия.

Ключевая особенность российской нефтегазохимии заключается в нехватке мощностей для производства базовых мономеров (этилена, пропилена, бутадиена), прежде всего, пиролизом. Отсюда мощности по производству базовых мономеров становятся основными ограничителями для развития газохимии России.

Однако дефицитом базовых мощностей круг проблем российской газохимии на ограничивается. Есть и другие особенности и проблемы [1]:

1. Технологическая отсталость и высокий износ основных фондов, предельный уровень загрузки мощностей важнейших видов газохимической продукции.

2. Недостаточная эффективность инвестиционного процесса – объем инвестиций в отрасль в последние годы хоть и увеличился, однако так и не достиг уровня 2007 г. (41,1 млрд. руб. в 2015 г. против 56,1 млрд. руб. в 2007 году в сопоставимых ценах).

3. Незрелость внутреннего рынка, способствующая отставанию объемов потребления газохимической продукции в России от среднемирового уровня.

4. Несовершенство нормативно-правовой базы в сфере технического регулирования газохимии.

5. Инфраструктурные ограничения, прежде всего, по транспортировке газохимического сырья.

6. Небольшой размер отечественных производств.

7. Ограниченные возможности экспорта дополнительных объемов газохимического сырья на сопредельные рынки.

8. Нерациональная структура спроса и предложения в отечественной газохимии: товарная структура продукции, сформированная еще в конце 80-х годов не соответствует современным потребностям внутреннего и внешнего рынков; кроме того качество отдельных видов продукции не соответствует международным стандартам.

9. Низкая инновационная активность предприятий комплекса: предприятий-инноваторов менее 20% среди крупных и средних предприятий комплекса.

10. Кадровый дефицит: приток новых кадров ограничен вследствие заметного перекоса в подготовке кадров для технической, с одной стороны, и экономической, юридической и финансовой деятельности, с другой.

11. Экологическая ситуация, внушающая в отдельных центрах нефтехимической промышленности серьезные опасения.

12. Низкий уровень технологий, обеспечивающих выпуск качественной, экологически приемлемой и конкурентоспособной продукции. В общей структуре производства объемы наукоемкой продукции незначительны. Экспорт нефтехимикатов представлен продукцией низких переделов, а импорт, наоборот, продукцией с высокой добавленной стоимостью. По некоторым видам нефтегазохимической продукции объем импорта составляет 50-55%, что значительно выше пороговых значений экономической безопасности. Рост объемов производства достигается в основном за счет увеличения загрузки действующих мощностей (т.е. экстенсивных факторов). Однако данный фактор роста будет быстро исчерпан.

К тому же инновационная деятельность на предприятиях развивается слабо, а если и развивается, то по так называемому «догоняющему» принципу, т.е. за счет внедрения технологий, которые в передовых в техническом отношении странах стали уже устаревшими.

Таким образом, к рискам реализации инновационного сценария развития газохимической промышленности следует отнести:

1. Макроэкономические риски – замедление роста российской экономики, ухудшение внутренней и внешней конъюнктуры, появление новых сильных игроков в лице развивающихся стран Азиатского региона, Ближнего и Среднего Востока, Северной Африки на традиционных российских рынках сбыта продукции. Кроме того, новые игроки мирового комплекса нефтепереработки и нефтехимии уже начали экспортировать химическую продукцию на российский рынок, где она конкурирует с продукцией российских предприятий.

2. Инфраструктурные риски. Запаздывание с введением портов и терминалов для отгрузки продукции.

3. Инвестиционные риски.

4. Несбалансированность объемов сырья с потребностями нефтегазохимических производств, а также несбалансированное развитие обеспечивающей инфраструктуры для кластеров и производственных мощностей.

5. Незрелый внутренний спрос на высокотехнологичную продукцию.

6. Слабое государственное регулирование в реализации программ развития отрасли.

7. Технологические риски – высокий износ оборудования, отсутствие отечественных технологий и оборудования для выработки продуктов высоких переделов.

8. Техногенные и экологические риски – высокая степень износа основных производственных фондов при отсутствии модернизации ведет к большой вероятности техногенных аварий и нанесению при этом существенного ущерба окружающей среде.

9. Социальные риски – реализация этапов стратегии развития газохимического комплекса приведет к закрытию устаревших неконкурентоспособных производств, и как следствие к сокращению работников и росту уровня безработицы в отдельных регионах страны.

10. Кадровые риски – реализация стратегии потребует притока высококвалифицированных кадров и переподготовки имеющихся специалистов.

Перспективы отечественного газового комплекса, конкурентоспособность его продукции на мировом рынке во многом будут зависеть от возможностей отечественной науки и российских компаний продвинуться в процессе создания новых, прорывных, революционных технологий по всей цепочке от разведки до потребления углеводородов.

Эти принципиально новые, по сравнению еще с началом текущего десятилетия, условия ставят на передний план важнейшие задачи и одновременно высшие приоритеты как энергетической политики России в части развития нефтегазовой отрасли, так и всей государственной научно-технической политики, следующее [2]:

- создание отечественных и адаптация зарубежных технологий, которые обеспечивали бы значительное снижение издержек производства по всей цепочке – добыча, подготовка, транспорт и распределение нефти и газа;
- создание в России совместными усилиями государства и нефтегазовых компаний принципиально новых малотоннажных нефтегазохимических технологий, способных ориентироваться на комплексной переработке природных и попутных газов непосредственно в районах газо- и нефтедобычи;
- создание эффективных условий привлечения финансовых ресурсов к реализации инновационных проектов.

Последний факт становится тем более актуальным, когда серьезнейшая проблема современного научно-технического комплекса страны заключается в его систематическом недофинансировании. Если же говорить о внедрении принципиально новых высокотехнологичных газохимических процессов в районах добычи, то такой шаг может открыть перед отечественной газовой отраслью новые перспективные направления развития, играющие ключевую роль в экономическом развитии России.

Безусловно, решение задач инновационного развития газохимической промышленности невозможно без проведения активной государственной промышленной политики и должного финансирования отечественной науки.

Таким образом, несмотря на наличие выше перечисленных проблем и слабых сторон в развитии газохимической отрасли России, страна имеет большой потенциал по сырью, рынкам и производственной базе. Правильная и слаженная политика государства и компаний в области газохимии будет способствовать успешно преодолению возникших проблем.

Литература

1. План развития газо- и нефтехимии России на период до 2030 г. (I этап) // Refdb.ru URL: <http://refdb.ru/look/1380586-p2.html> (дата обращения: 31.10.2016).<http://refdb.ru/look/1380586-p2.html>.

2. Настоящее и будущее энергетики в России // Независимая газета URL: http://www.ng.ru/energy/2014-11-11/9_future.html?id_user=Y (дата обращения: 30.09.2016).

Т.К. Косаткина
магистрант
(ГУУ, г. Москва)

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И УПРАВЛЕНИЕ ГАЗОВЫМ ХОЗЯЙСТВОМ МОСКВЫ

По сравнению с Европой, газ пришел в Москву с серьезным опозданием, и первые тридцать лет газовым хозяйством управляли иностранные партнеры. Но когда Москва поняла, что газ – основа развития города, были построены первые магистральные газопроводы, система начала развиваться семимильными шагами, и газ очень быстро стал основным видом топлива. После Великой Отечественной войны, когда началось бурное строительство в столице, развитие газового хозяйства происходило такими темпами, как нигде в мире, и в 60-е годы прошлого века газ составлял уже 70% от всего баланса потребления топлива в городе, а сегодня он приближается к 100 процентов [1].

Аналогов системы газового хозяйства Москвы нет ни в одной стране мира. Объем потребления – 25 млрд. м³ газа в год. Газораспределительные системы Москвы тянутся на 6,5 тыс. км, 92% потребления газа – не коммунальные услуги, а большая энергетика, составляющая основу жизнедеятельности огромного города, дающая ему тепло и электричество. На сегодняшний день 13% всего потребляемого газа в России потребляется на территории Москвы, несмотря на сложности, возникающие в условиях мегаполиса, где высокая плотность населения и столь же высокая концентрация потребления.

Для столицы важны все реализуемые газовым хозяйством проекты, и это в полной мере касается всего, что связано с большой энергетикой. Сейчас идет реконструкция крупных ТЭЦ, а это – замена энергоблоков, модернизация оборудования, переход на принципиально новый цикл работы, что накладывает особые обязательства на систему газораспределения. Сегодня значительно усложнились требования по поставке газа, на новых станциях потребовалась

реконструкция системы подачи, и именно эти работы сейчас проводятся АО «МОСГАЗ».

В условиях мегаполиса такие проекты нигде и никогда не реализовывались, акционерное общество «МОСГАЗ» стало первым. Так, например, всего за девять месяцев АО «МОСГАЗ» построило на ТЭЦ-16 1600 метров трубы методом микротоннелирования [2].

Особенность технологии заключается в высокой точности специального проходческого щита и постоянном контроле его траектории. Технология методом микротоннелирования выполняет задачи по прокладке коммуникаций даже в самых сложных условиях, где раньше без специальных методов – замораживания, водопонижения и др. – это было невозможно.

Преимущества метода:

1. Экономичность. Прокладка инженерных коммуникаций не требует раскопки грунта, что позволяет экономить средства на тяжелой землеройной технике и дополнительной рабочей силе.

2. Универсальность. Бестраншейная прокладка коммуникаций не требует дополнительных мероприятий по укреплению грунта и осуществляется в любых грунтовых условиях.

3. Надежность.

4. Высокие темпы проходки.

5. Безопасность.

6. Непрерывный контроль за траекторией прокладки и высокая точность проходки.

Прокладка инженерных коммуникаций проводится с наименьшими неудобствами для горожан и не влияет на экологию города, что позволяет не наносить вреда окружающей среде.

Если бы организация шла традиционным путем, то работы затянулись бы как минимум на три г. Одно только количество швов на всем протяжении трубы составило бы около трех тысяч. А один шов на трубе диаметром 1200 мм варится вручную больше шести часов, потом он проходит стопроцентный контроль, и можно себе представить, в какой временной промежуток укладывается в таком случае все строительство.

Если оценивать необходимые объемы реконструкции, исходя из 7,5 тыс. км сетей, то ежегодно от 100 до 200 км труб достигают предельного «срока жизни». В 60-70 гг. газовая система Москвы развивалась поистине космическими темпами, и именно тогда «приросло» огромное количество сетей. Как раз сейчас и наступило время, когда они завершают свой срок службы. Объем реконструкции варьируется в зависимости и от количества станций, которые попадают в программу. Ни одна из них раньше не реконструировалась, что создавало огромный риск для безопасности газовой системы [4].

Сейчас такого риска практически нет, поскольку все наиболее ответственные объекты газораспределения прошли стопроцентную реконструкцию, ведь за последние четыре года предприятие реконструировало все без исключения станции, обеспечивающие прием газа.

Любая сеть, попадающая в план реконструкции, требует вывода. Это длительный путь, и если идти по нему, то выполняемые работы стали бы сдерживающим фактором, в который упиралось бы любое благоустройство в городе, задерживалось бы строительство дорог, метрополитена и других важных для Москвы объектов. Поэтому работы по реконструкции требуют применения новых технологий и новых продуктов для сокращения сроков. ОАО «МОСГАЗ» в данной ситуации очень помогла санация трубопроводов по

методу «Феникс». С его помощью предприятие просанировало все подводные дюкера, что сразу позволило продлить сроки их эксплуатации.

Данная технология разработана в Японии, после страшных, потрясающих мир землетрясений. Японцам нужно было придумать метод, который позволил бы свести к нулю зависимость от этих катаклизмов, – и они создали такой метод. Сейчас технология «Феникс» широко применяется в Европе, правда, там ее применяют на небольших трубах и не в тех масштабах, как в Москве.

Санация газопроводов методом «Феникс» – это технология бестраншейного ремонта газопроводов. Данная технология заключается в армировании внутренней поверхности трубопровода специальным рукавом («чулком»), который изготовлен из нейлоновых и полиэфирных нитей, пропитанных полиэтиленом.

Санация методом «Феникс» выполняется собственными силами АО «МОСГАЗ». Уникальность технологии заключается в продлении работоспособности трубы на 45 лет при минимальных объемах земляных работ. В случае, если магистраль потеряла свою несущую способность, – полимерный рукав внутри трубы способен самостоятельно выдерживать давление.

Бесшовный полимерный рукав протягивается внутрь трубы по всей длине ремонтного участка с фиксацией его внутренней оболочки к поверхности трубопровода при помощи давления воздуха (пара) и предварительно нанесенных клеевых составов (эпоксидной смолы).

Основная особенность процесса реконструкции газопровода методом санации – это точечный доступ к подземным коммуникациям без вскрытия траншеи по всей длине участка. Всего лишь два котлована с двух противоположных сторон, к примеру, МКАД или Третьего Транспортного Кольца, позволяют провести реконструкцию труб с максимальным комфортом для жителей мегаполиса. А главное, что в районе проведения работ не приходится перекрывать движение автотранспорта, поскольку все действие происходит под землей [3].

Преимущества технологии:

1. Сокращение затрат на строительство и проектирование за счет использования действующего газопровода и отсутствия необходимости в удалении даже его части.
2. Минимизация расходов на восстановительные и земляные работы, а также высокая скорость прокладки, которая обеспечивается точечным доступом к подземным коммуникациям по всей длине участка без разрытия траншеи.
3. Минимальный размер на строительной площадке, который не требует применения громоздкого оборудования и строительной техники.
4. Позволяет не перекрывать движение транспорта в районе проведения работ – все работы происходят под землей.
5. Абсолютная безопасность для коммуникаций, которые проходят рядом с санируемым газопроводом.
6. Минимальное сокращение поперечного сечения действующего газопровода.
7. Высокая коррозионная стойкость и продление срока службы трубы на 45 лет.

Для сравнения: средняя цифра реконструкции до 2009 г. была 20-26 км в год, а станции в те времена не реконструировались вообще. Сейчас только по программе предприятия ежегодно реконструируется до 120 км труб. В 2011-

2012 г. сделали всего одну станцию, а в 2013 реконструировали уже шесть станций одновременно [5].

Для обеспечения высокой безопасности системы газоснабжения в минимальные сроки руководством АО «МОСГАЗ» было принято решение реализовать концепцию масштабной реконструкции системообразующих газорегуляторных пунктов (ГРП): «Головинская», «Текстильщики», «Черкизовская», «Щукино», «Южная», «Теплый стан», «Очаковская», «Свиблово».

В 2017 г. предприятие планирует закончить реконструкцию ГРП «Головинское»; ГРП «Очаковская ГС»; «Орехово-Борисово» и «Рябиновый». В предыдущих годах проделана глобальная работа по реконструкции головных ГРП, а в 2017 г. эта работа завершится реконструкцией ГРП «Ясенево».

Помимо модернизации системообразующих газорегуляторных пунктов (ГРП), проводятся работы по замене газорегуляторных шкафных пунктов (ГРПШ) малой и средней производительности, которые обеспечивают редуцирование газа для коммунально-бытового и промышленного секторов. В общей сложности в 2016 г. газовики мегаполиса уже реконструировали 60 ГРП шкафного типа (ШБДГ) и 25 газорегуляторных пунктов с применением блоков полной заводской готовности (ГРПБ).

Можно не сомневаться, что после выполнения всех запланированных работ все ГРП, принимающие газ под давлением 1,2 МПа от кольцевого газопровода Москвы для подачи в центральную часть города, будут реконструированы с учетом существующих и перспективных объемов потребления газа, следовательно – газотранспортная система мегаполиса станет более безопасной и современной.

Комплексная автоматизация газорегуляторных пунктов позволяет повысить уровень квалификации персонала и отказаться от низкоквалифицированного труда, а также перевести обслуживание ГРП в режим планового осмотра, что существенно минимизирует затраты на их эксплуатацию.

Применение инновационных технологий при строительстве и реконструкции газовых сетей и газораспределительных станций города, в частности, передовых методов прокладки и санирования полиэтиленовых труб, позволяет значительно сократить затраты и сроки ввода их в эксплуатацию.

Литература

1. Албул В.П. О возможности реализации программы газификации Москвы и Московской области // Газовая промышленность. 2009. № 11. С. 38-39.
2. Бесчинский А.А. Энергетика и общество. М.: 2013. 163 с.
3. Стратегия развития газовой промышленности России // под общ. ред. Вяхирева Р.И. и Макарова А.А. М.: Энергоатомиздат, 2012. 340 с.
4. Коржубаев А.Г., Филимонова И.В., Эдер Л.В. Концепция развития газовой промышленности России в XXI веке. Новосибирск: Изд-во ИЭОПП СО РАН. 184 с.
5. Официальный сайт ОАО «МОСГАЗ». – Режим доступа: <http://www.mos-gaz.ru/>

Н.П. Масленникова
д-р экон. наук, проф.
А.А. Масленников
канд. экон. наук
(ГУУ, г. Москва)

СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ КРЕДИТОВАНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ЦЕЛЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

В современных условиях большое значение приобретает кредитование организаций, направленное на реализацию инновационных проектов.

Инновационные проекты различаются разнообразием, которое вызвано влиянием изменяющейся внешней среды и новаторскими особенностями самих инновационных проектов [4].

Каждый инновационный проект имеет свой график потребностей в инвестиционных ресурсах. Но вместе с тем общее требование состоит в необходимости получения средств на долгосрочной основе с возможностью единовременного использования всей суммы кредита или получения кредита частями в соответствии с графиком платежей или возникающими потребностями.

Современные способы кредитования промышленных организаций основаны на единых принципах кредита – срочности, платности и возвратности.

Отличительными особенностями являются применение разных кредитных инструментов. Соответственно, к числу кредитных инструментов следует отнести сумму заемных средств, срок кредита, процент по кредиту, льготный беспроцентный период, условия возврата кредита, предотвращение невозвратов и просроченной задолженности по кредиту (оценка кредитоспособности заемщика, контроль суммы задолженности, в т. ч. просроченной) и пр.

Результаты анализа современных способов кредитования, изучения форм и видов кредита, методов и инструментов кредитования позволил выделить следующие наиболее эффективные способы кредитования промышленных организаций в целях их инновационного развития:

1. Инвестиционный кредит.

Правоотношения сторон по кредитному договору регулируются ст. 819-821 ГК РФ. Договор займа считается заключенным с момента передачи денег или других вещей (п. 1 ст. 807 ГК РФ). Проценты по кредиту учитываются в составе внереализационных расходов (п. 1 ст. 265 НК РФ) [2].

2. Разовые (целевые) кредиты.

Кредитные сделки как самый простой способ получения денежных средств для инновационных проектов представляет собой разовое зачисление денежных средств на банковский счет заемщика [1]. Указанные сделки коммерческих банков носят целевой характер и предоставляются для финансирования конкретного инновационного проекта организации, направленного на долгосрочное обладание конкурентными преимуществами. Функции банка сводятся к осуществлению контроля целевого использования кредитных средств на основании предоставляемых заемщиком подтверждающих документов, которыми являются: – договоры (контракты), для оплаты обязательств. Факторами предоставления кредита заемщику – наличие обеспечения, которыми выступают товарно-материальные ценности,

оборудование, транспортные средства, объекты недвижимости, ликвидные ценные бумаги, в том числе государственные и корпоративные, банковские гарантии, драгоценные металлы, поручительство юридических лиц, другие, не запрещенные законодательством формы обеспечения.

3. Кредитные линии.

В соответствии с Положением о порядке кредитования (размещения) кредитными организациями денежных средств и их возврата (погашения) № 54-П открытие кредитной линии требует заключения соглашения или договора о максимальной сумме кредита, которую заемщик сможет использовать в течение обусловленного срока и при соблюдении определенных условий соглашения [3].

Преимуществом использования кредитной линии является возможность выбора заемщиком сроков получения кредита, так как возможно получение кредита в виде следующих вариантов:

а) единовременного вложения основного объема средств, в этом случае заемщик получает весь лимит кредитной линии;

б) при выполнении инновационных проектов, требующих в постепенном вложении средств на протяжении длительного периода, лимит кредитной линии расходуется частями, и каждая часть средств поступает заемщику в нужное ему время, без дополнительного оформления.

К числу недостатков следует отнести следующее:

- в отличие от некоторых других разновидностей банковских кредитов кредитная линия предоставляется исключительно юридическим лицам;
- заемщиками в основном являются преимущественно крупные предприятия, малые и средние организации в меньшей степени используют данный инструмент кредитования;
- заемщиками выступают организации, осуществляющие не разовую проектную инновационную деятельность и испытывающие кратковременную потребность в заемных средствах, а постоянную потребность в использовании кредита вследствие систематической инновационной деятельности.

4. Предоставление овердрафта.

Овердрафт является кредитом или кредитной линией с лимитом задолженности, предоставленный заемщику при отсутствии или недостаточности на счете заемщика денежных средств. Овердрафт, как один из способов кредитования, был введен Положением ЦБ РФ от 27.07.2001 № 144-П «О внесении изменений и дополнений в Положение Банка России «О порядке предоставления (размещения) кредитными организациями денежных средств и их возврата (погашения)» от 31.08.1998 № 54-П» [2].

Овердрафт как банковская ссуда, существенно отличается по своим свойствам и организационным признакам от других банковских кредитов. Основное отличие состоит в кредитовании банком инновационного проекта при индивидуальном рассмотрении заемщика и на индивидуальной основе. Решение об установлении лимита овердрафта принимается и утверждается на кредитном комитете.

Преимущество данного метода кредитования состоит в возможности использования кредитной линии для финансирования систематически внедряемых инноваций инновационно-активными организациями. Инновационная активность проявляется в реализации изменений самого продукта, его конструкции, технологии изготовления продукта, приспособлений, инструмента, изменения в каких-либо комплектующих для на основе внедрения

инноваций [1]. Такая инновационная деятельность сопряжена с периодическим вложением денежных средств, их освоением, получением коммерческого результата, возвратом займов, после чего цикл повторяется снова. Указанное финансирование может быть организовано с использованием кредитной линии с лимитом задолженности.

5. Предоставление векселя.

Вексель является ценной бумагой, что обеспечивает его некоторые преимущества:

- возможность разбить требуемую сумму на части и выписать несколько векселей, если организации необходимо привлечь значительные средства на крупные инновационные проекты;
- в качестве ценной бумаги вексель может быть передан другому лицу или выставлен на торги на вторичном рынке ценных бумаг, что усиливает ликвидность организации;
- простота оформления выпуска, так как вексель не является эмиссионной ценной бумагой, то его выпуск не нужно регистрировать;
- эффективное размещение векселей формирует у организации положительную кредитную историю, что усиливает положительную репутацию организации.

6. Синдицированные кредиты.

Синдикат представляет собой временное объединение на договорной основе различных коммерческих организаций, в том числе банков, для осуществления совместного инновационного проекта.

Преимуществами такой формы кредитования инновационной деятельности являются:

- возможность финансирования крупного инновационного проекта, требующего большого объема денежных средств за счет объединения финансовых средств ряда банков;
- снижение рисков для отдельного банка в результате распределения рисков между несколькими участниками синдиката;
- повышение уровня ликвидности банков по сравнению с обычным кредитованием.

Эти преимущества позволяют сделать вывод о том, что финансирование инновационной деятельности путем синдицированного кредитования является перспективным направлением кредитования инновационных проектов.

7. Участие в финансировании инновационных проектов бизнес-ангелов.

Бизнес-ангелы являются важнейшим классом инвесторов, заполняющим разрыв между первоначальными вложениями собственников компаний, их родственников и друзей с последующими источниками финансирования, такими как традиционный венчурный капитал, банковское финансирование, размещение акций на бирже и т.д. Название вызвано тем, что немногие могут решиться вкладывать деньги в рискованные проекты, которые не имеют достаточного обеспечения.

Между бизнес-ангелами и венчурными фондами есть ряд отличий:

- венчурные фонды управляют денежными средствами третьих лиц, объединённых в венчурные фонды, т.е. рискуют чужими средствами;
- бизнес-ангелы вкладывают свои личные деньги и рискуют своими средствами.

Бизнес-ангелы – это первые профессиональные инвесторы, вкладывающие средства в инновационные компании. За ними, как правило, следуют венчурные, а затем прямые инвестиции. Объем бизнес-ангельских инвестиций в одну компанию составляет от нескольких десятков тысяч до

миллиона евро. Бизнес-ангелы используют принципиально новый – венчурный механизм инвестирования, в соответствии с которым финансирование предоставляется на длительный (3-7 лет) срок, без залогов и гарантий, за долю (пакет акций) в компании. Снижение рисков таких вложений обеспечивается за счет инвестирования одновременно в несколько компаний, тщательной проверки и отбора проектов (так называемая процедура due diligence), участия в управлении бизнесом. Успех бизнес-ангельского инвестирования во многом достигается за счет формирования благоприятных деловых и дружеских отношений между инвесторами, изобретателями и менеджерами компании, их совместной работы единой командой. Бизнес-ангелы вносят в компании не только деньги, но также опыт, знания, деловые связи.

Цель вложений бизнес-ангелов – рост стоимости инвестированных ими компаний за счет разработки и продвижения на рынок высокотехнологичных продуктов. Основной доход бизнес-ангел получает через продажу своей доли акций за стоимость значительно превышающую первоначальные вложения. Продажа может быть осуществлена на фондовом рынке, стратегическому инвестору, самим основателям компании. Несмотря на высокие риски, бизнес-ангельское инвестирование является одним из самых высокодоходных видов бизнеса, способным принести инвестору не менее 70% годовых. [5]

Вторая причина, мотивирующая инвесторов – это желание участия в управлении создаваемой компанией. Некоторые бизнес-ангелы инвестируют, в целях обеспечения себе места работы, а другие желают помочь новому поколению предпринимателей.

Таким образом, можно сделать вывод, что бизнес-ангельское инвестирование является одним из современных перспективных способов кредитования инновационного развития:

- инвестируя в технологии, интеллект, инновации, креативные команды, бизнес-ангел закладывает будущее благополучие для себя, партнеров, страны в целом;
- повышает доверие к инновационным проектам организации, участие в финансировании бизнес-ангелов приводит к возможности привлечь дополнительное финансирование из других источников, бизнес-ангелы предоставляют свои гарантии для получения банковских кредитов.

Литература

1. Друкер Питер Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: учебное пособие / пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. 272 с.
2. КонсультантПлюс, 1992-2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
3. Колпакова Г.М. Финансы, денежное обращение и кредит: учебное пособие. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012. 538 с.
4. Масленникова Н.П. Управление инновациями: учебник / В.П. Баранчев, Н.П. Масленникова, В.М. Мишин. 2 изд. перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт. 2013. 711 с.
5. Национальное содружество бизнес-ангелов (СБАР) [Электронный ресурс] / Официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.russba.ru>.

Н.Г. Митюрёв
аспирант
(ГУУ, г. Москва)

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ

С момента начала украинского кризиса западные страны начинают принимать меры по урегулированию сложившейся неблагоприятной ситуации. Одним из принятых ими решений, целью которого становится изменение политики Москвы по отношению к Киеву, является ввод санкций в отношении России. Канадой, США, Евросоюзом, Японией и другими странами были введены ограничения, касающиеся определенных секторов экономики Российской Федерации. Перемены, затронувшие международные торговые отношения, дали толчок к новой активизации процесса импортозамещения в России. По мнению многих исследователей, правильно организованный процесс импортозамещения носит целесообразный характер и необходим для прогрессивного развития государства.

Импортозамещение – активный процесс замены импорта отечественными товарами или услугами, то есть произведенными внутри страны [1].

В 2012 г. государство уже озадачилось вопросом продовольственной безопасности. Одной из целей «Госпрограммы развития сельского хозяйства на 2013-2020» является импортозамещение. Однако события следующих периодов не оставили возможности правительству для того, чтобы взглянуть на проблему гораздо шире. Результатом реакции на санкционные ограничения становится утверждение новой редакции Государственной программы № 320 «Развитие промышленности и повышение её конкурентоспособности», а затем и ряда других законодательных актов.

Государственная программа № 328 «Развитие промышленности и повышение её конкурентоспособности» – документ, регламентирующий правила при распределении финансовых ресурсов, необходимых для ускорения процесса развития отечественной промышленности. Важно отметить, что программа не представляет собой перечня конкретных шагов для осуществления процесса импортозамещения, но является основным стержнем процесса локализации и развития отечественного производства. Цель программы – создание конкурентоспособной сбалансированной промышленности, разработка и применение передовых технологий, создание индустрий, нацеленных на освоение новых рынков инновационной продукции. Для достижения поставленных целей планируется создание и укрепление инновационной инфраструктуры, ликвидация барьеров для выхода инновационных продуктов на рынок, стимулирование конкуренции и другие мероприятия, направленные на поддержку отечественного производства. Планируемый объем бюджетных ассигнований Программы до 2020 г. составляет 10,6 трлн. руб. [2].

Второй программой, направленной на активизацию процесса импортозамещения, является *Программа поддержки инвестиционных проектов, реализуемых на территории Российской Федерации на основе проектного финансирования*. Документ на законодательном уровне определяет условия для применения мер по активизации экономического роста

в части принятия нормативно-правовых актов, нацеленных на расширение применения коммерческими банками и компаниями механизма проектного финансирования. Проектное финансирование – это финансирование инвестиционных проектов, при котором источником обслуживания долговых обязательств являются денежные потоки, генерируемые проектом. Особенность данного вида инвестирования состоит в том, что оценка доходов и затрат происходит с учётом распределения риска между участниками проекта. Источником финансирования являются кредитные средства Банка России. В рамках проектного финансирования планируется предоставление кредитов отобранным организациям в размере до 500 млрд. рублей нарастающим итогом на конец 2018 г. [2].

Каким образом влияет импортозамещение на состояние экономики, судить сложно, мировая практика показывает, что процесс давал как положительные результаты, так и отрицательные. В 40-60 гг. XX века Латинская Америка показала негативное влияние импортозамещения на состояние экономики. Несмотря на создание новых рабочих мест, в странах наблюдалось снижение производства и выхода продукции. Ученые объяснили это потерей связей страны с международной торговлей и утратой специализации. Увеличение доли государственного владения в тандеме с протекционизмом ослабило стимулы к предпринимательскому риску, что в конечном итоге привело к стагнации и регрессу экономики. Результатом данной политики явился кризис 1980 г., ставший следствием долгов и дефицита. Тем не менее, не стоит делать поспешных выводов о несостоятельности политики импортозамещения, поскольку Белоруссия принесла миру пример положительного результата своей работы в данном направлении. С 2010 г. Белоруссия начала реализацию политики импортозамещения, было произведено аналогов на сумму в 3 трлн. 557,5 млн. долл. США, что составило 145,6% к показателям 2009 г. (данные Министерства экономики страны). Благодаря одобренной программе по импортозамещению Белоруссии удалось сэкономить 1 трл. 277,8 млн. долл. США, на экспорт было поставлено продукции на 1 трлн. 86,8 млн. долл. США, что составило 131% от аналогичного показателя в 2009 г.

Как импортозамещение отразится на состоянии экономики Российской Федерации, сказать сложно. Попытки замены зарубежных товаров на отечественные уже неоднократно предпринимались в стране. В 1998 г. в связи с девальвацией рубля объем импорта сократился на 20% (до \$74 млрд.), а в 1999 г. – еще на 28% (до \$53 млрд.). На экстенсивной основе за счет незагруженных мощностей удалось удовлетворить возросший спрос на отечественную продукцию. Позже процесс продолжался, однако менее интенсивно, дополнительный толчок дал экономический кризис 2008-2009 гг., сопровождающийся ощутимым падением курса рубля. В тот период импортозамещение коснулось пищевой продукции, в частности сахара, подсолнечного масла, мяса, а также автомобильной продукции.

Санкции, введенные западными странами, могут привести к негативным последствиям, однако, по словам Дениса Мантурова – главы Минпромторга, правительство России готово к любому развитию событий, одной из принятых контрмер станет ускорение политики импортозамещения. При участии Министерства энергетики и Минпромторга в 2014 г. была разработана Стратегия развития химического и нефтехимического комплекса на период до 2030 г. В докладе о стратегии РСПП данный комплекс представляется драйвером экономического развития и локомотивом мировой экономики. Определение сформировалось при анализе и проведении множества статистических сопоставлений и трендов.

В 2015 г. импорт продовольственных товаров из стран дальнего зарубежья снизился на 41,9% – до 1,474 млрд. долл. [3]. В первую очередь сократился импорт субпродуктов и мяса на 75,6%, ввоз говядины упал на 66,4%, птицы на 33,1%, свинины на 91%, рыбы на 58,2%, овощей на 40,6%, молочных изделий на 78,4%, безалкогольных и алкогольных напитков на 48,9%. Отдельного внимания заслуживает замещение украинской продукции, рост российского производства вагонов, стальных труб, компонентов для ракетной и авиационной техники привел к серьезному сокращению их импорта из Украины.

Процесс импортозамещения в России имеет хорошие шансы для успешного развития. Связать это можно с достаточным количеством благоприятных факторов. Первое, что стоит отметить – это отсутствие проблем у отечественного производителя с доступностью необходимых природных ресурсов и сырья. Второе – во многих случаях открытие производства в РФ обеспечит более низкие производственные издержки за счет дешевизны природных ресурсов. Третье – Россия обладает значительным технологическим потенциалом, реализуемым в полной мере в сфере ВПК. По мнению многих аналитиков, при необходимости многие наработки военной промышленности можно использовать в гражданских отраслях.

В рамках работы правительства над процессом импортозамещения был определен стратегический перечень продукции, имеющий наивысший приоритет по замещению в ключевых отраслях экономики. Самыми зависимыми от импортных комплектующих и сырья оказались сельское хозяйство, сфера информационных технологий и машиностроение. В данных отраслях при производстве определенных видов продукции доля импорта может достигать 90%. Список товаров к импортозамещению, в большинстве своем, имеет рекомендательный характер. Для успешного развития бизнеса необходимо знать полный перечень и список товаров, имеющих наибольшую востребованность к импортозамещению, в связи с чем правительство создало официальный портал по импортозамещению в России <http://zimport.ru>, где наиболее полно представлена информация по данному вопросу.

Госзаказ – один из самых мощных инструментов по стимулированию собственного производства и других политических и экономических процессов, который используется в ряде развитых стран мира. Государство, являясь главным инициатором массового импортозамещения в экономике России, активно заявляет о своей роли главного и самого крупного закупщика произведенной продукции. В госзакупках политика импортозамещения определяется правом государства, закрепленному в Законе о контрактной системе, согласно которому Россия в праве в любое время ограничивать импорт тех или иных услуг и товаров. Сегодня импортозамещение в госзакупках регламентирует пакет Постановлений Правительства, который охватывает сразу несколько отраслей: сельское хозяйство, медицину и машиностроение. Данный пакет включает 4 Постановления Правительства РФ, первое из которых – *Постановление Правительства РФ от 24.12.2013 № 1224 «Об установлении запрета и ограничений на допуск товаров, происходящих из иностранных государств, работ, выполняемых иностранными лицами, для целей осуществления закупок товаров, работ для нужд обороны страны и безопасности государства»*. Смысл данного документа достаточно прост и заключается в том, что закупка заграничного оборудования для обеспечения обороноспособности государства возможна лишь в том случае, если не существует аналогов российских производителей. Однако полного запрета Постановление не дает, если аналог есть, но по тем или иным причинам по покупке, скажем, необходимо осуществить во Франции, то проводятся

дополнительные проверки чистоты сделки; при этом, безусловно, о ценовых преференциях Минобороны речь не идет. Вторым документом – *Постановление Правительства РФ от 14.07.2014 № 656 «Об установлении запрета на допуск отдельных видов товаров машиностроения, происходящих из иностранных государств, для целей осуществления закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд»*. Логика документа – запрет покупки товара за границей, независимо от налаженного производства на территории Российской Федерации. Исключениями являются: Армения, Казахстан и Белоруссия. Следующим документом – *Постановление Правительства РФ от 11.08.2014 № 791 «Об установлении запрета на допуск товаров легкой промышленности, происходящих из иностранных государств, в целях осуществления закупок для обеспечения федеральных нужд»*. Постановление вступило в силу с 01.09.2014 г. и, начиная с этой даты, все товары из списка запрещены к закупке из-за границы. Последним документом из пакета импортозамещения в госзакупках является *Постановление Правительства РФ от 05.02.2015 № 102 «Об установлении ограничения допуска отдельных видов медицинских изделий, происходящих из иностранных государств, для целей осуществления закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд»*. Принцип документа таков, что если при выполнении заявки по закупке создается конкуренция среди иностранных и отечественных производителей, то иностранные компании к сделке не допускаются [2].

Список запрещенной импортной продукции сельского хозяйства появился одним из первых. Ответные санкции запретили покупку продукции у вчерашних партнеров из Норвегии, США, Австралии и ЕС, перестали покупать молоко, рыбу, овощи и фрукты.

В начале 2016 г. по инициативе Минпромторга были утверждены документы, которые регламентируют импортозамещение в машиностроении на территории России. Документы представляют собой свод правил, согласно которым участники рынка не имеют возможности совершить закупку продукции за границей без согласования с Комиссией по импортозамещению. Жестких запретов не существует, однако Комиссия дает соответствующие рекомендации по разрешению закупки импортной продукции или же о закупке комплектующих внутри страны.

Если говорить об IT-отрасли, то создать список товаров, запрещенных для закупки за рубежом, невозможно; более того, запретить большинство из них на данный момент не представляется рациональным. Запрет на ОС Windows приведет к краху работы большинства компаний. В данном случае государство не пошло по пути создания запретного списка продукции, а создало «Реестр отечественного программного обеспечения», задачей которого является аккумуляция российских IT-разработок, доступных для госзакупок. Данные продукты имеют большой приоритет при осуществлении государственных контрактов.

Несмотря на утвержденные программы, регламенты и другие документы, которые нацелены на сокращение импортной продукции в стране и замену ее отечественной, во многих отраслях зависимость от зарубежного производителя по-прежнему очень высока.

На данном этапе успех реализации программы по импортозамещению открывает перед Россией возможность улучшения уровня жизни граждан, повышения их дохода посредством организации дополнительных рабочих мест. При позитивном развитии программы будущие поколения получают государство с сильной и независимой инновационной экономикой.

Литература

1. Кадочников П.А., Синельников-Мурылев С.Г., Четвериков С.Н. Импортзамещение в Российской Федерации в 1998-2002 гг. М.: 2003. С. 95.
2. Официальный сайт импортзамещения в России [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://zimport.ru>
3. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://customs.ru>

С.И. Онищенко
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕНТРОВ ИНВЕСТИЦИЙ В ИННОВАЦИОННО-АКТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Инновационная деятельность предприятия как основа его конкурентоспособности, рыночной устойчивости и развития объективно обуславливает необходимость формирования организационных структур, обеспечивающих инновационную активность, эффективность нововведений.

В настоящее время существуют различные подходы к пониманию сущности, содержания категорий инновационное предприятие, инновационно-активное предприятие, их взаимосвязи. Наиболее часто под инновационным предприятием понимается хозяйствующий субъект – коммерческая организация, осуществляющая предпринимательскую деятельность по разработке, производству, реализации инновационной продукции. В качестве критерия отнесения к инновационным предприятиям выступает доход от инновационной продукции, как правило, не менее двух третей общего дохода предприятия. Также при отнесении предприятий к инновационным учитывают цели и организационную структуру предприятия. Инновационное предприятие в качестве основной цели ставит организацию и осуществление инновационного процесса по всем его стадиям: от разработки новшества до его коммерциализации. Данный процесс является непрерывным и представляет собой основной вид деятельности. В структуре инновационного предприятия базовыми являются подразделения, осуществляющие непосредственно разработку новшеств, подготовку производства новой продукции, ее продвижение на рынок. С позиций компетентностного подхода критерием является наличие у предприятия базы передовых знаний, интеллектуальной собственности, практических навыков, обеспечивающих разработку, внедрение, реализацию новых технологий, продуктов, работ, услуг, трансфер нововведений, диффузию инноваций. Данные подходы дают общее понимание сущности инновационных предприятий, но не в полной мере применимы к их конкретным видам. Не каждое инновационное предприятие осуществляет все этапы инновационного процесса. Не только малые предприятия, в т.ч. бизнес-инкубаторы, стартапы, но и средние и крупные организации зачастую реализуют только отдельные, иногда одну, стадии жизненного цикла инновации, являясь, безусловно, инновационными предприятиями. Инновационно-активное предприятие, чаще всего, ассоциируется с инновационным предприятием. Аргументом в пользу данного подхода выступают показатели эффективности инновационного процесса.

Инновационное предприятие, получая наибольшую долю дохода от инновационной деятельности, должно соответствовать показателям инновационной активности, в том числе затратным, структурным и другим. В настоящее время существуют различные подходы к выработке обобщающего, интегрального показателя инновационной активности.

Представляется целесообразным в зависимости от целей исследования разделять понятия инновационное и инновационно-активное предприятие. В дальнейшем под инновационно-активным предприятием понимается коммерческая или некоммерческая организация, имеющая и (или) формирующая инновационный потенциал, используемый для осуществления инновационной деятельности, с целью получения результата (дохода, прибыли, иного полезного, в том числе социального эффекта, а также повышения имиджа, деловой репутации, лояльности персонала организации). Основными условиями отнесения, базовыми характеристиками инновационно-активных организаций являются: осуществление инновационной деятельности, в том числе участие в инновационных процессах, положительная динамика показателей инновационной активности. Показателями оценки инновационной активности могут выступать как базовые показатели, так и не прямые показатели, опосредованно отражающие инновационную деятельность и инновационную активность. В теории и практике инновационного менеджмента выделяют четыре группы базовых показателей: затратные, временные, структурные, обновляемости. В зависимости от целей, вида деятельности предприятия, этапов инновационного процесса могут быть использованы все или только часть из них. Например, для предприятия, осуществляющего коммерциализацию новшества на основе приобретенной лицензии, основными показателями будут являться затраты на ее приобретение, как в абсолютном выражении, так и по отношению к доходам организации, продолжительность процессов подготовки производства, непосредственно производства, реализации продукции потребителю, динамика портфеля выпускаемой продукции. К непрямым показателям можно отнести показатели финансовой устойчивости, ликвидности, фондоотдачи, ритмичности. Для некоммерческой организации основными прямыми показателями будут являться временные, отражающие продолжительность инновационного процесса. Инновационная активность, определяемая на базе показателей динамики, позволяет оценить уровень инновационной активности конкретного предприятия. Данный подход дает возможность рассмотреть соотношение инновационного и инновационно-активного предприятия. Понятие инновационно-активного предприятия шире понятия инновационного предприятия. Инновационное предприятие является и инновационно-активным. В противном случае оно не реализует основную цель – разработку, коммерциализацию новшества и, соответственно, не может быть отнесено к инновационным. Предприятие, осуществляющее стабильный производственный процесс, может являться и инновационно-активным, если одновременно внедряет инновации различного типа.

Необходимым условием осуществления инновационной деятельности, одной из важнейших ее составляющих является инвестирование инновационного процесса. Не существует инноваций без инвестиций, что выдвигает в число первоочередных задач инновационно-активных предприятий формирование самостоятельных обособленных подразделений, обеспечивающих эффективность инвестиций в инновации. Достижение данной цели возможно на основе применения одной из базовых концепций управленческого учета – учета по центрам ответственности, который позволяет установить связь затрат и доходов с действиями конкретных лиц, ответственных за расходование

ресурсов. Центр ответственности – это сегмент (структурное подразделение, участок) предприятия, руководитель которого отвечает за его работу. Выделение центров ответственности проводится в зависимости от показателей, которые контролируются данным сегментом. Выделяют четыре вида центров ответственности: центры затрат, центры доходов, центры прибыли, центры инвестиций. В наиболее общем виде центр инвестиций представляет собой центр ответственности, руководитель которого индивидуально отвечает за выделенные инвестиционные ресурсы и получение прибыли от инвестиционной деятельности. Центр инвестиций обладает необходимыми ресурсами, полномочиями, позволяющими определять и влиять не только на доходность, окупаемость инвестиций, но и на рост доходов, снижение затрат. От эффективности работы центра инвестиций зависит эффективность центров затрат, доходов, прибыли, результативность работы предприятия в целом. Центр инвестиций является базовым центром ответственности, обеспечивающим эффективность работы предприятия в будущем. На практике формирование центров ответственности реализуется на основе выделения регулируемых (контролируемых), т.е. подверженных влиянию руководителя данного центра, и нерегулируемых (неконтролируемых) показателей. Инновационный процесс, характеризующийся по сравнению со стабильной текущей деятельностью более высокой степенью неопределенности и риска, обуславливает необходимость детальной проработки, определения регулируемых показателей для центра инвестиций. Наиболее часто в качестве основного показателя, определяющего эффективность деятельности центра инвестиций, рассматривается прибыль на инвестированный капитал. Данный показатель не всегда может быть использован для оценки инвестиций в инновации. В зависимости от типа инноваций – продуктовые, процессные, маркетинговые, организационные, состав регулируемых показателей меняется.

При принятии решений об инвестировании в продуктовые инновации, под которыми понимаются новые или значительно улучшенные в функциональных или потребительских характеристиках товары или услуги, к регулируемым показателям могут быть отнесены: объемы продаж новой продукции, прибыль от ее реализации, показатели коммерческой оценки эффективности инвестиций, в том числе чистый дисконтированный доход, срок окупаемости, индекс доходности, среднегодовая рентабельность инвестиций, внутренняя норма доходности. Производство новой продукции в общем случае предполагает наличие как единовременных, так и текущих затрат. Обоснованность первых подтверждается, прежде всего, показателями, отражающими доходность и прибыльность вложений – среднегодовой рентабельности, индексом доходности, являющимися базовыми регулируемыми показателями. Текущие затраты связаны с осуществлением производственного процесса и, на первый взгляд, не могут являться контролируемыми для центра инвестиций, в отличие от центра затрат. Вместе с тем, определяя направления вложений, центры инвестиций стремятся в максимальной степени использовать имеющийся потенциал, прежде всего, ресурсную базу. В расчетах эффективности инвестиций учитываются только затраты, непосредственно связанные с данным проектом. Безвозвратные затраты, например, на приобретение оборудования, подготовку, обучение персонала, осуществленные ранее, не учитываются. Также при определении текущих затрат в их состав не включаются постоянные накладные расходы, а часто и косвенные. Данный подход позволяет оценить эффективность инновационного проекта на этапе его обоснования без учета перераспределения данных затрат между выпускаемыми продуктами. В дальнейшем в процессе текущей

деятельности рассматриваемые затраты будут перераспределены в соответствии с используемой на предприятии базой распределения косвенных затрат. Следовательно, оценка эффективности работы центров затрат должна учитывать степень вовлеченности имеющихся на предприятии ресурсов в инновационный процесс. В качестве регулируемых показателей могут быть использованы показатели безвозвратных затрат предприятия (в том числе, относительные), которые были использованы для данной инновации.

Более сложная задача возникает при определении регулируемых показателей для процессных инноваций, которые представляют собой внедрение нового или значительно улучшенного способа производства продукта. Основным регулируемым показателем, определяемым целью процессных инноваций, является снижение удельной себестоимости выпускаемой продукции. Но данного показателя недостаточно для оценки работы центра инвестиций. Например, в результате изменений в технологическом процессе снизилась трудоемкость процесса производства, но прибыль осталась на прежнем уровне. Данная ситуация может быть следствием как снижения цены реализации, так и сокращения объемов продаж, что значительно более негативно влияет на показатели эффективности работы предприятия в связи с увеличением затрат на хранение готовой продукции при сохранении плановых объемов производства. Если в результате анализа сложившейся ситуации в качестве основного фактора выявлен рост цен реализации у конкурентов, обусловленный более высоким качеством продукции, нельзя оценить работу центра ответственности как эффективную, несмотря на достижение основной цели. На этапе принятия решения об инвестировании данной инновации центр инвестиций должен был учитывать факторы внешней среды. Следовательно, в состав показателей целесообразно включать показатели прибыли, что позволит оценить обоснованность выбранных направлений инвестирования.

Не менее сложной задачей является определение регулируемых для центра инвестиций показателей при внедрении маркетинговых инноваций, к которым относятся значительные изменения в дизайне или упаковке продукта, его размещении, продвижении на рынок, в назначении цены. Основным регулируемым показателем является рост объемов продаж. Поскольку продажи зависят от рыночной конъюнктуры, оценку эффективности работы центра инвестиций необходимо проводить с учетом показателей, которые условно можно назвать корректирующими. К ним относятся показатели, отражающие изменение факторов внешней среды, в первую очередь, отраслевого окружения. Например, при внедрении программы лояльности объем продаж должен был увеличиться на пять процентов. Фактические результаты соответствуют плановым. Если в отчетном периоде основные конкуренты снизили продажи, то необходимо скорректировать полученные результаты в сторону снижения, поскольку они получены не только от реализации программы лояльности, но и обусловлены изменениями в деятельности других участников рынка. Оценить работу центра инвестиций как эффективную можно было бы, если фактические объемы продаж превышали прогнозные на величину сокращения объемов реализации конкурентов.

Наиболее сложным является формирование состава регулируемых показателей при внедрении организационных инноваций:

- новых организационных методов в деловой практике предприятия, например, создание временных творческих коллективов, кадровых резервов, формирование непрерывной системы повышения квалификации;

- инноваций в организации рабочих мест, в том числе в формировании и регламентации рационального функционального разделения труда с учетом уровня инновационной активности, формализации персонала в зависимости от степени участия в инновационном процессе (информационные привратники, генераторы идей);
- нововведений во взаимоотношениях с контрагентами (во внешних связях), в том числе с поставщиками, заказчиками, конкурентами.

Основная цель организационных инноваций – повышение эффективности функционирования предприятия. Ее достижение обеспечивается за счет сокращения текущих затрат, прежде всего, постоянных общепроизводственных и общехозяйственных расходов, повышения качества выпускаемой продукции, роста производительности труда. Данные показатели не могут быть использованы для оценки работы центров инвестиций. Во-первых, на них влияет значительное количество факторов и выделить результат от конкретной организационной инновации сложно, во-вторых, как правило, между осуществлением организационной инновации и получением результатов проходит достаточно длительный период, следовательно, даже если оценка будет получена, степень ее полезности не будет высокой. В качестве основных регулируемых центром инвестиций должны выступать такие показатели, которые характеризуют непосредственно процесс внедрения организационных инноваций. Одними из основных характеристик инновации являются ее временные параметры. Поэтому к регулируемым показателям могут быть отнесены сроки выполнения, продолжительность отдельных этапов инновационного процесса. Например, если на предприятии разрабатываются регламенты для участников инновационного процесса, регулируемые показатели будут выступать сроки их подготовки, согласования, утверждения.

Эффективная работа центров инвестиций является необходимым условием развития инновационно-активных предприятий. Выделение в структуре предприятия данных центров ответственности обуславливает необходимость разработки состава регулируемых показателей в зависимости от типов инноваций.

И.С. Прохорова
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)
Т.О. Коноплева
магистрант
(МГУПС, г. Москва)

ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ПРОБЛЕМ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

В качестве методологического инструмента исследования современных проблем развития теории и практики управления инновациями целесообразно использовать теорию институциональной экономики по следующим причинам.

Во-первых, фундаментальные положения институциональной экономики, такие, как особая природа цены, иррациональность человека как субъекта экономической деятельности, широкое понимание предмета исследования, позволяют описать природу управления инновациями. Так, в основе

ценообразования на инновационные продукты лежит способность продукта удовлетворять новую потребность. Это всегда означает монопольную цену, не определяемую классическим механизмом конкуренции товаропроизводителей. В этой связи возникло понятие «эффективной монополии», введенное Й. Шумпетером, означающее, что инноватор, как субъект инновационной деятельности, приобретает право на получение сверхприбыли как вознаграждение за удовлетворение новой общественной потребности. Деятельность антрепренера является иррациональной по своей сущности: это творческая личность, способная идти на риск, умеющая сконцентрировать усилия на достижении цели и организовать команду. Наконец, инновационная деятельность, как предмет исследования в управлении инновациями, представляет собой сложную систему взаимоотношений различных субъектов инновационного процесса по коммерческому освоению новшества, включая научную, технологическую, организационную, финансовую и коммерческую деятельность [1, 4]. Более того, широким в понимании является объект инновационной деятельности – инновация. Федеральный закон от 21.07.2011 № 254-ФЗ определяет инновацию как «введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях», то есть инновации бывают различных видов (продукт, процесс, метод продаж, организационный метод), для каждого из которых характерны определенные свойства и подходы к их реализации. Таким образом, инновационную сферу можно рассматривать как объект исследования в институциональной теории.

Во-вторых, главным инструментом анализа в теории институционализма выступает институт как система формальных правил и стандартов, а также неформальных норм, определяющих взаимоотношения между членами общества. Институты – это разновидность структур, принадлежащих социальному пространству: они представляют собой содержание общественной жизни. При таком подходе, когда институты рассматриваются как содержание социальных отношений, экономика предстает как определенный институциональный комплекс. Институциональная матрица общества включает триединство функционирования институтов в политической, экономической и социальной сферах. Внутренняя структура института включает три элемента: формальные правила и нормы (законодательство и нормативные документы), неформальные нормы (социальные правила и нормы), а также механизмы принуждения (органы государственной власти и контроля). Развитость каждого из элементов института определяет уровень его развития, а уровень развития институтов определяет развитие общества. Так, согласно оценкам американских специалистов, развитие системы образования посредством увеличения продолжительности образования на один год ведет к увеличению ВВП на 10-15%. В целом в институциональной системе можно выделить три уровня: законодательный уровень (формальный), уровень сложившихся экономических отношений (неформальные правила) и базовый уровень культуры нации (национальный менталитет). Эффективность институциональной системы зависит от согласованности и взаимодействия этих трех уровней.

Исходя из вышеизложенного, национальную инновационную систему (НИС) страны следует рассматривать как институт управления инновациями. Согласно [2], национальная инновационная система – «развивающаяся совокупность взаимодействующих институтов управления и регулирования инновационной деятельности, хозяйствующих субъектов государственного и

негосударственных секторов экономики, организаций образовательной и финансово-кредитной сфер, осуществляющих инновационную деятельность на основе эффективно действующих институциональных механизмов». На основе принципов структуризации институциональной системы для оценки формирования и развития НИС в качестве базовых предпосылок следует использовать следующие:

- понимание специфики русского менталитета в инновационной деятельности;
- характеристика сложившейся практики этики бизнеса в инновационной сфере;
- развитость законодательной системы в сфере регулирования инновационной деятельности.

Определение факторов согласованности, взаимодополняемости между этими тремя позициями позволит устранить институциональные разрывы в формировании национальной инновационной системы.

Кроме того, для оценки уровня развития НИС как общественного института, определяющего характер экономического роста, целесообразно применять структурированный подход к оценке его элементов в каждой сфере институциональной матрицы:

1) в политической сфере: оценка уровня развития формальных правил и норм регулирования НИС в рамках формирования законодательства и уровня государственного регулирования инновационной деятельности (развитость органов мониторинга и контроля инновационной деятельности);

2) в социальной сфере: оценка уровня инновационной восприимчивости общества с точки зрения образования, науки, культуры и механизм принуждения (стимулирования) инновационной активности населения;

3) в экономической сфере: оценка организационного механизма инновационной деятельности, развитости и противоречий инновационной инфраструктуры.

Таким образом, институциональный подход к управлению инновационной деятельностью позволяет установить основные противоречия в развитии ключевых институтов, обеспечивающих экономический рост. Так, ключевой задачей стратегии инновационного развития [3] России на современном этапе является формирование компетенций инновационной деятельности: в области образования (развитие способностей граждан к непрерывному образованию, креативности, критическому мышлению и предпринимательству), стимулированию инновационной активности молодежи, формированию культуры инноваций и роста престижа инновационной деятельности. Постановка данной стратегической задачи говорит о наличии институционального разрыва между базовым (культурным) и нормативным (формальным) уровнями института управления инновациями в социальной и экономической сферах.

Наконец, третьей причиной, по которой для оценки инновационной деятельности следует использовать институциональный подход, является вклад институциональной теории в оценку эффективности института, которая определяется его способностью снижать трансакционные издержки экономической системы. Связующим звеном экономического пространства и институционального поля является транзакция. Под транзакцией понимается обмен каким-либо благом, услугой или информацией между двумя агентами. В современном мире роль трансакционных издержек значительно возрастает: в развитых странах доля этих издержек в объеме ВВП превышает 60%.

Взаимопроникновение экономического пространства и институционального поля обуславливает расширенную трактовку трансакционных

издержек, первоначально понимавшихся лишь как издержки рыночного обмена. Анализ подходов к определению транзакционных издержек позволяет сделать вывод о том, что они выступают как:

- критерии влияния на возможности реализации прав для осуществления экономически значимых действий;
- препятствие для реализации возможностей, предоставляемых различными формами социально-экономических взаимодействий, транзакционные издержки ведут к росту экономических потерь, для уменьшения которых требуются специальные институты;
- стоимость ресурсов, отвлеченных в целях создания и использования институтов как способа экономии транзакционных издержек;
- база для оценки эффективности того или иного института на основе определения экономии или прироста транзакционных издержек при трансформации институциональной структуры.

Транзакционные издержки являются одной из центральных категорий не только институционального анализа, но и теории управления инновациями, поскольку затраты на продвижение инноваций на стадии внедрения превышают в 6-8 раз затраты на создание новшества. Это является еще одним подтверждением востребованности методологии новой институциональной теории для анализа проблем экономики общественного сектора, в том числе экономики образования.

В соответствии с [3], развитие образования в области инновационного предпринимательства является базовой компетенцией в развитии социальных институтов. В экономическом пространстве происходит вовлечение и соединение в процессе производства образовательных услуг различных ресурсов. Совокупность соответствующих ресурсов производства оказывает экономическое воздействие на транзакцию. В отличие от сферы производства материально-технических благ, в сфере образования процесс производства образовательных услуг совпадает с процессом их потребления.

Отношения и связи в рамках образовательного процесса обеспечивают воздействие институционального поля на транзакцию. Институтация как отношение функций людей в процессе воспроизводства их жизни вводит человека в статус исполнителя особого социального значимого типа действия. Изначально статус субъекта существует как продукт институций, пока он производится для себя, но в дальнейшем, когда статус начинает пользоваться спросом извне, он производится для других, на продажу, и превращается в товар, а производящая его институтация оборачивается своеобразным человеческим капиталом, приносящим доход. С этой позиции образовательный статус, полученный в результате инвестиций в образование, связан с возможностью получения денежных и неденежных выгод.

Процесс перехода институтов из одной страны в другую требует переосмысления мирового опыта и актуализации собственного институционального потенциала. В условиях глобализации такие процессы существенно активизируются, при этом возникает проблема трансплантации, заимствования и переноса институтов, сформировавшихся в одной экономической системе, в другую экономическую систему. Появляется необходимость выявления взаимозависимости и комплиментарности заимствуемых институтов и сложившейся институциональной среды. Существующая институциональная система может оказывать жесткое воздействие на заимствуемый институт. Негативный опыт российских реформ доказывает невозможность прямого переноса зарубежных институтов в российскую среду. Этот опыт должен учитываться при институциональных

изменениях инновационной системы России и инновационного образования как ее базового элемента, связанных с внедрением рыночной модели и положениями Болонского процесса, в соответствии с которым функционирует европейское образовательное сообщество.

Исследуя институциональные изменения, необходимо учитывать, что институциональная структура обладает свойством инертности, которое заключается в том, что большинство институциональных инноваций оказываются отвергнутыми в процессе эволюции экономической и социальной системы. Институциональная инерция, с одной стороны, выполняет защитную функцию, как реакция системы на разрушающие ее инновации, а с другой стороны, – замедляет модернизацию этой системы, что иногда выражается в возвращении к привычным схемам.

Анализ институциональных альтернатив позволяет обозначить подходы к решению проблем, которые появляются в связи с возникновением и изменением различных институтов, в том числе в рамках институциональной модернизации российской инновационной системы.

Литература

1. Федеральный закон от 21.07.2011 № 254-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике». – Режим доступа: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_117193/

2. Основы политики Российской Федерации в области развития национальной инновационной системы на период до 2010 г. и дальнейшую перспективу. Утверждены Президентом РФ 30 марта 2002 г. № Пр-576. – Режим доступа: files.stroyinf.ru/Data1/11/11539/, innovative_activities.academic.ru.

3. Распоряжение Правительства РФ от 08.12.2011 № 2227-р «Об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года». – Режим доступа: base.garant.ru/70106124/#block_72.

4. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. Третье издание. Совместная публикация ОЭСР и Евростата. М.: Государственное учреждение "Центр исследований и статистики науки" (ЦИСН), 2010.

Н.В. Смирнова
ассистент
(ГУУ, г. Москва)

РАЗНОВИДНОСТИ ФОРМ ОРГАНИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В настоящий момент предприятиями реализуется три отличные друг от друга формы реализации инновационной деятельности предприятия: последовательная, параллельная и матричная [2].

При последовательной форме организации инновационной деятельности плановые мероприятия проводятся поэтапно по очереди в каждом функциональном отделе предприятия. При этом результаты каждого шага рассматриваются руководством после чего принимается решение о продолжении работ.

Если руководители предприятия принимают решение разработать стратегию выпуска нового рыночного проекта, то схема организации работ будет выглядеть следующим образом:

1. Высшее руководство направляет решение о начале работ по проекту в НИОКР.
2. НИОКР разрабатывает идею проекта и опытный образец, который при утверждении отправляется далее.
3. Маркетинговое подразделение отвечает за программу маркетинга нового проекта.
4. Производственное подразделение готовит отчет «затраты-выпуск».
5. Сбытовое подразделение отвечает за каналы сбыта и тестирование рынка.

Поскольку на каждой стадии существует лишь один вид деятельности, то преимуществом последовательной формы из-за повтора оценки является снижение рисков и простота системы контроля. К недостаткам можно отнести:

- невозможность улучшения своей работы предыдущим подразделением после передачи проекта другому отделу;
- невозможность следующего отдела внести корректировки в проект на предыдущих этапах;
- увеличение стоимости правки накопившихся дефектов;
- увеличение времени разработки проекта из-за пошаговой процедуры принятия решений;
- если следующий отдел вносит стратегические правки в предыдущий этапы проекта, то вся итерация повторяется сначала.

Поэтому последовательная схема используется скорее малыми предприятиями, для которых инновационная деятельность не лежит в стратегических планах развития.

При параллельной организации проводятся все работы по инновационному проекту одновременно во всех структурных подразделениях. Преимущество данной формы в том, что для коррекции проекта достаточным будет направить его на доработку в соответствующее подразделение. В качестве недостатков можно отметить сложность координации и контроля каждого шага разработки и внедрения проекта. Поэтому последовательную схему используют предприятия с малым количеством функциональных подразделений.

Несмотря на все плюсы параллельной и последовательной схем организации инновационной деятельности основным их недостатком является частичное отвлечение структурных подразделений от выполнения своих непосредственных обязанностей, что снижает эффективность их деятельности. Чтобы избежать данного положения дел многие предприятия стараются внедрить формы управления инновационной деятельностью, основанные на интеграции, в частности, матричную систему. В ней вместе с функциональными и производственными отделами создаются временные целевые группы для выполнения инновационного проекта, во главе которого назначается руководитель, который в том числе выполняет координационную функцию. После принятия решения по внедрению инновационного проекта его руководитель создает целевое подразделение, каждый участник которого подчиняется как непосредственно ему, так и начальнику своего отдела. В данном случае руководитель проекта определяет, что нужно сделать для выполнения решений высшего менеджмента, а руководители линейных и функциональных подразделений выполняют организационное руководство над всеми этапами проектных работ [1].

Среди преимуществ матричной организации проектной работы можно назвать:

- минимизация сроков внедрения проекта;
- ускорение срока реакции на любые изменения извне;
- простота контроля над ходом выполнения;
- взаимный интерес всех участников проекта в его результативности;
- возможность «переброски» наиболее ярких сотрудников в другую группу.

При внедрении матричной схемы организации инновационной деятельности отмечены следующие положительные стороны:

- сокращение времени реализации проектных работ;
- снижение числа изменений в конструкторской части проекта;
- повышение качества выполнения управленческих решений;
- повышение творческой атмосферы в коллективе;
- возникновение лояльности к проведению инновационной деятельности.

Для успешной реализации матричной схемы необходимо четко определить функции и ответственность всех участников целевых групп и установить совместное принятие решений по проекту. Помимо этого, нужно точно определить ответственность всех участвующих в проекте групп. Каждый участник проекта и участвующая группа должны нести ответственность за качество его выполнения в определенные сроки. А для точного и качественного выполнения всех проектных работ руководители должны позаботиться о постановке систем вознаграждения и стимулирования его участников. Только в этом случае можно повысить показатели качества работ, время обновления ассортиментных позиций предприятия и мотивацию трудовой деятельности.

Остановимся также на венчурной форме организации инновационной деятельности. В последние годы исследовано множество инновационно активных предприятий. Данные исследования определили, что радикальные инновации в технологиях более свойственны инновационным предприятиям малого бизнеса, тогда как крупные предприятия показывают инертность в их внедрении, даже несмотря на большие научные, технические и финансовые ресурсы. Этот парадокс возникает вследствие того, что крупные предприятия более консервативны в принятии решений, поскольку ориентированы на поддержание рентабельности основного производства на протяжении многих лет. Кроме того, централизованное управление иерархией таких предприятий не способствует стимулированию инновационной деятельности [3].

Для таких корпораций решением станет создание отдельно финансируемых венчурных фондов, занимающихся проектами с высокой степенью риска. Координирование работ в таких отделениях происходит на самом высоком уровне управления в соответствии со стратегией инновационной активности предприятия.

Литература

1. Голубев А.А. Экономика и управление инновационной деятельностью. СПб.: СПбГУ ИТМО, 2012. 119 с.
2. Гольдштейн Г.Я. Стратегический инновационный менеджмент: учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. 267 с.
3. Янковский К.П. Организация инвестиционной и инновационной деятельности: учебное пособие по специальности «Экономика и упр. на предприятии (по отраслям)». СПб. и др.: Питер, 2001. 448 с.

Р.Б. Токарев
аспирант
(ГУУ, г. Москва)

КЛАССИФИКАЦИЯ СТРАТЕГИЙ ПАТЕНТОВАНИЯ

В современных реалиях компании выбирают стратегии управления интеллектуальной собственностью с учетом собственных возможностей и влияния рыночной среды. Такой принцип выбора для рынка является типичным. Однако, далеко не все компании адекватно оценивают рынок и свое положение на нем, в результате чего не все стратегии обоснованно применяются и не гарантируют положительный результат.

В современной практике имеют место две типовые стратегии использования интеллектуальной собственности. Первая, *агрессивная*, нацелена на достижение и удержание монопольного владения правом собственности на результат интеллектуальной деятельности. Она проявляется в оперативном закрывании всех возможных направлений применения новых знаний конкурентами. Вторая, *условно защитная*, в большей степени нацеленная на максимальную охрану своих имеющихся прав от использования конкурентами. Важно определить каким образом эти типовые стратегии реализуются, какие новые тренды в рыночных стратегиях проявляются, и что по этому поводу говорит наука.

На современных инновационных рынках компании, занявшие в некоей нише монопольное положение, подкрепленное действующими патентами, стремятся максимально упрочить свои позиции путем предложения не одного продукта, а целой линейки, тем самым практически полностью перекрывая пути выхода на рынок конкурентам. Эту стратегию мы предлагаем назвать рыночным дублированием патентной защиты.

Обобщенная классификация стратегий управления интеллектуальными ресурсами, насчитывающая шесть разновидностей, предложена в работе Лебедевой Т.Я. и Цыганова С.А. [1]: 1. Стратегия защиты от конкурентов; 2. Стратегия нападения; 3. Стратегия лицензирования; 4. Стратегия создания современного имиджа компании; 5. Стратегия формирования уставного капитала; 6. Стратегия оптимизации финансово-хозяйственной деятельности.

Если проанализировать предложенные авторами стратегии, то можно их классифицировать по двум группам: стратегии, определяемые рыночными условиями (с 1 по 4) и стратегии, основанные на принципах управления компанией (5 и 6). Этот вывод позволяет нам сформулировать гипотезу о двойкой природе формирования стратегии ИС – экзогенной и эндогенной.

Рассмотрим патентные стратегии, свойственные соответствующим стадиям жизненного цикла развития компании (на примере IT-компании).

Стратегия НИОКР. Для научно-исследовательской организации наиболее приемлема стратегия подачи заявок на патент на все решения и разработки. Исключение составляют математические методы и научные открытия как таковые – эти виды не подлежат защите патентом. Если предприятие производит только интеллектуальную собственность, то патенты могут стать тем самым продуктом, который может иметь рыночную стоимость.

Патентные стратегии на стадии стартапа. Молодая компания часто нуждается в финансировании. Небольшие компании стараются привлечь средства, в том числе от инвестиций. Наличие заявок на патент, а еще лучше

выданных патентов, может быть хорошим дополнительным фактором для принятия решения в пользу инвестирования в молодую компанию. Заявка на патент (или лучше выданный патент) является гарантом того, что эта компания является новатором в своей области. Об этом свидетельствует государственная экспертиза, которая, проанализировав предлагаемую технологию, вынесла решение о новизне технологии.

Для стартапа может быть свойственна избирательность при подаче заявок на патенты на те или иные технологии. Избирательность обычно обусловлена как ограничением бюджета, так и неопределённостью в ключевом направлении деятельности компании. В условиях ограниченного бюджета стоит обращать внимание на ключевые отличительные технологии и решения и другие объекты интеллектуальной собственности, отличающимися стартап на рынке.

Стратегии защиты от копирования конкурентами при производстве продуктов. Для производственных компаний (например, завод, производящий микрочипы) патент может являться ограничителем для конкурирующих предприятий, если владельцы завода не хотят, чтобы предприятие-конкурент производило такие же микросхемы. Патент, сам по себе, не дающий исключительного права на производство чего-либо, в данном случае выступит в качестве запрещающего инструмента.

Патентные «тролли», опыт IT-компаний. В последние годы ярко обозначилась проблема патентного «троллинга» в разных юрисдикциях, особенно США и странах Евросоюза [2]. Ряд юридических и физических лиц, патентуя чужие разработки, в последующем, получив права на них, требует от компаний больших отчислений или завышенной стоимости покупки прав. Патентные «тролли», или, правильнее – непроизводящие организации (non-practicing entities) получают доход за счет операций с патентами. Непроизводящая организация зачастую занимается несколькими типами деятельности. Во-первых, компания стремится накопить как можно большее портфолио патентов. Ключевым фактором становится количество патентов, а не их качество. Во-вторых, компания ведет постоянный поиск на рынке – ищет потенциальных нарушителей запатентованных решений. Затем предлагает выплачивать лицензионные отчисления за использование технологий, на которые тролль имеет патент, либо идет в суд с требованием возместить убытки за нарушение патентов. Большой проблемой становится оспаривание требований «тролля». С одной стороны, «тролль» имеет возможность подать претензию по нарушению сразу большого числа патентов. Тогда компания-ответчик может обанкротиться, защищая свои права в суде. С другой стороны, компании-ответчику сложно предъявить встречные требования троллю. «Тролль» не может нарушать патенты компании, так как ничего не производит и не использует технологии компании-ответчика. В статье коллектива авторов [3] разработана теоретическая модель конкуренции между непрактикующими патентовладельцами и компаниями в борьбе за приобретение патентов у третьих владельцев. Показаны особенности наступательных и оборонительных стратегий непрактикующими владельцами патентов.

Литература

1. Лебедева Т.Я., Цыганов С.А. Инновационное развитие компании: управление интеллектуальными ресурсами / под ред. В.Г. Зинова. М.: Издательство Дело АНХ, 2009. 248с. С. 131-132.
2. Гризачук С. Патентные войны // IT-expert, 2012, №12. – с.37-39.

3. Cosandier C., Delcamp H., Leiponen A., Ménière Y. Defensive and offensive acquisition services in the market for patents // July 10, 2014 Режим доступа: http://www.law.northwestern.edu/research-faculty/searlecenter/events/roundtable/documents/M%C3%A9ni%C3%A8re_CDLM_NPEs.pdf

А.А. Фаюстов
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СРЕДСТВ ПРИЛОЖЕНИЯ EXCEL НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ ПО МЕТРОЛОГИИ

В учебные планы ряда направлений подготовки бакалавров в ГУУ с недавних пор включена дисциплина «Метрология, стандартизация и сертификация», которой предусматриваются выполнение различных видов измерений с целью определения погрешностей измерений, законов распределения результатов измерений, получение информации о генеральной совокупности, ее свойствах и характеристиках. Поскольку генеральные совокупности, как правило, велики, обучающимся приходится ограничиваться детальным изучением выборки, а затем на этой основе делать выводы об изучаемой генеральной совокупности с помощью интервальных оценок.

Рассмотрим различные типы задач, реализуемых обучающимися на практических занятиях по указанной дисциплине под методическим руководством преподавателя.

1-й тип задач. Проверка нормальности распределения выборки на основе критерия хи-квадрат Пирсона. Целью первичной обработки экспериментальных наблюдений обычно является выбор закона распределения, наиболее хорошо описывающего случайную величину, выборку которой мы наблюдали. Проверка того, насколько хорошо наблюдаемая выборка описывается теоретическим законом, осуществляется с использованием различных критериев согласия. Целью проверки гипотезы о согласии опытного распределения с теоретическим является стремление удостовериться в том, что данная модель теоретического закона не противоречит наблюдаемым данным и использование ее не приведет к существенным ошибкам при вероятностных расчетах. Некорректное использование критериев согласия может приводить к необоснованному принятию (*чаще всего*) или необоснованному отклонению проверяемой гипотезы [1].

Сходимость результатов наблюдений можно оценить наиболее полно, если их распределение является нормальным. Поэтому исключительно важную роль при обработке результатов наблюдений играет *проверка нормальности распределения*.

Эта задача представляет собой частный случай более общей проблемы, заключающейся в подборе теоретической функции распределения, в некотором смысле наилучшим образом согласующейся с опытными данными [2-4].

Данные, получаемые в результате измерений при контроле технологических процессов, оценке характеристик различных объектов и др. для дальнейшей обработки желательно представлять в виде теоретического распределения, максимально соответствующего экспериментальному распределению. Проверку гипотезы о виде функции распределения в

настоящее время проводят по различным критериям согласия – Пирсона, Колмогорова, Смирнова и другим в соответствии с новыми разработанными нормативными документами – рекомендациями по стандартизации [5, 6].

Наиболее часто используется критерий Пирсона χ^2 . Однако применение критериев согласия требует обычно довольно значительного объема данных. Так, критерий Пирсона обычно рекомендуется использовать при объеме выборки не менее 50...100. Поэтому при небольшом объеме выборки проверку гипотезы о виде функции распределения проводят приближенными методами – графическим методом или по асимметрии и эксцессу.

Решение задач статистического анализа связано со значительными объемами вычислений. Проведение реальных многовариантных статистических расчетов в ручном режиме является очень громоздкой и трудоемкой задачей и без использования компьютера в настоящее время практически невозможно. В настоящее время разработано достаточное количество универсальных и специализированных программных средств для статистического анализа и обработки экспериментальных данных.

При выполнении лабораторных работ студенты применяют критерий Пирсона к случайным образом сгенерированной выборке значений или к обработке имеющихся реальных данных измерений с использованием средств программного пакета Excel 2007 [7].

Критическое значение статистики U , которая имеет распределение χ^2 , с r степенями свободы (*число частичных интервалов – 1 – число параметров*), определяется при помощи функции **ХИ2ОБР**.

Функцию ХИ2ОБР вызывается следующим образом. В главном меню Excel выбирается закладка **Формулы** → **Вставить функцию** → в диалоговом окне **Мастер функций – шаг 1 из 2** в категории **Статистические** → ХИ2ОБР.

Если значение статистики U оказалось меньше критического значения χ^2 , то гипотеза, состоящая в том, что исследуемая выборка подчиняется нормальному закону распределения, **принимается**.

Аналогично данному примеру можно проводить проверку согласия других опытных распределений с теоретическими в соответствии с имеющимися нормативными документами [5, 6].

2-й тип задач. Отсевивание грубых погрешностей с помощью различных критериев. Промахи, или грубые погрешности, возникают при единичном измерении и обычно устраняются путем повторных измерений. Их причиной возникновения могут быть:

1. Объективная реальность (наш реальный мир отличается от нашей идеальной модели мира, которую мы принимаем в данной измерительной задаче);
2. Внезапные кратковременные изменения условий измерения (вызванные неисправностью аппаратуры или источников питания);
3. Ошибка оператора (неправильное снятие показаний, неправильная запись и т.п.).

В третьем случае, если оператор в процессе измерения обнаружит промах, он вправе отбросить этот результат и провести повторные измерения.

Сложности возникают при обработке готового материала эксперимента – результата наблюдения. В этом случае прибегают к методам математической статистики – к общим методам проверки статистических гипотез. Общие подходы к данным методам, как это уже давно принято в практике измерений, заключаются в следующем [2].

Задаются вероятностью q или уровнем значимости α того, что результат наблюдения содержит промах. Выявление сомнительного результата осуществляют с помощью специальных критериев. Операция отбрасывания удаленных от центра выборки сомнительных значений измеряемой величины называется «цензурированием выборки».

Проверяемая гипотеза состоит в утверждении, что результат наблюдения X_i не содержит грубой погрешности, т. е. является одним из значений случайной величины X с законом распределения $F_x(x)$, статистические оценки параметров которого предварительно определены. Сомнительным может быть в первую очередь лишь наибольший X_{\max} или наименьший X_{\min} из результатов наблюдений. Поэтому для проверки гипотезы следует воспользоваться t -распределениями величин, которые определяются отношениями абсолютных отклонений максимального или минимального значений от среднего значения к среднему квадратическому отклонению.

Студенты на занятиях используют разработанный автором шаблон на основе программного пакета Excel, который позволяет снизить трудоемкость расчетов при осуществлении данной процедуры с использованием доступных в Excel критериев Стьюдента.

3-й тип задач. Оценивание генеральных совокупностей методом малых выборок по критерию Стьюдента с помощью шаблонов Excel.

В результате различных экспериментов исследователи получают данные, которые группируют в статистические ряды. Первым этапом исследования статистических рядов является ответ на вопрос, к какому виду распределения относятся полученные результаты. В зависимости от предполагаемого вида распределения производится вычисление основных статистических характеристик: средней арифметической величины (математического ожидания), дисперсии, среднего квадратического отклонения. Идеальным экспериментом является изучение совокупности всех объектов для решения поставленной задачи, то есть генеральной совокупности. В действительности число членов такой совокупности может быть бесконечно большим, поэтому на практике изучают выборочные совокупности, а затем на этой основе делают выводы об изучаемой генеральной совокупности.

В этом случае необходимо ответить на вопрос, насколько параметры данной выборки соответствуют параметрам генеральной совокупности, то есть вычисляя параметры конкретной выборки, дать оценку соответствующих параметров генеральной совокупности. При определении доверительного интервала для генеральной средней в этом случае нужно пользоваться статистическими таблицами для нормального интеграла вероятностей. Если число членов в выборке мало (меньше 30), то возникает сомнение в возможности оценки по таким выборкам параметров генеральной совокупности.

Принято считать, что начало статистике малых выборок или, как ее часто называют, статистике «малых n », было положено в 1908 г. публикацией работы У. Госсета, в которой он поместил t -распределение, постулированное получившим чуть позже мировую известность «студентом».

Обработка данных при использовании распределения Стьюдента при выполнении лабораторных работ по курсу «Метрология, стандартизация и сертификация» производится при помощи разработанного шаблона программного пакета Excel. В работе производится оценка генеральной совокупности партий резисторов условным объемом $N = 10000$ шт. различных номинальных значений по результатам контроля малых выборок объемами $n = 4, n = 7, n = 15, n = 25$. Измерения сопротивления резисторов производились цифровыми мультиметрами марки М-832. Обучающиеся производили

измерения и затем данные результатов измерений заносились в разработанный шаблон Excel с расчетными формулами для определения доверительных интервалов по критерию Стьюдента при доверительных вероятностях $P = 0,95$ и $0,99$. Шаблон позволяет произвести расчеты в автоматическом режиме, при этом исключаются ошибки счета, что нередко бывает при ручном методе расчета.

В результате проведения измерений по малым выборкам студенты сравнивают значения доверительных границ при доверительных вероятностях $P = 0,95$ и $0,99$ для всех объемов выборок с допустимыми значениями для данного номинала резистора по техническим условиям и делается вывод о соответствии генеральной совокупности установленным требованиям.

Выводы

1. Существовавшая ранее традиционная «ручная» обработка данных при проверке нормального (и других) законов распределения и построении гистограмм являлась достаточно трудоемкой задачей, не исключавшей появления ошибок, обнаружение которых зачастую требовало значительных затрат времени и моральных сил исследователя.

2. Появление пакетов офисных программ, в частности Excel 2007 и ее последующих версий, позволяет значительно сократить трудоемкость обработки данных и практически исключает появление ошибок в расчетах.

3. Применение рассмотренных методов обработки данных в учебном процессе позволяет сформировать и повысить у студентов интерес к соответствующей учебной задаче, а также повышает уровень подготовки и метрологической культуры обучающихся по дисциплине «Метрология, стандартизация и сертификация».

Литература

1. Лемешко Б.Ю., Постовалов С.Н. О правилах проверки согласия опытного распределения с теоретическим // Методы менеджмента качества. Надежность и контроль качества. 1999. №11. С. 34-43.

2. Бурдун Г.Д., Марков Б.Н. Основы метрологии: учебное пособие. 2-е, доп. изд. М.: Изд. стандартов, 1975. 336 с.

3. Правиков Ю.М., Муслина Г.Р. Метрологическое обеспечение производства. М.: Кнорус, 2009. 240 с.

4. Сулицкий В.Н. Методы статистического анализа в управлении: учебное пособие. М.: Дело, 2002. 520 с.

5. Рекомендации по стандартизации Р 50.1.033-2001. Прикладная статистика. Правила проверки согласия опытного распределения с теоретическим. Ч. 1. Критерии типа хи-квадрат. (Приняты и введены в действие Постановлением Госстандарта России от 14 декабря 2001 г. № 525-ст). М.: ФГУП «Стандартинформ», 2006. 87 с.

6. Рекомендации по стандартизации Р 50.1.037-2002. Прикладная статистика. Правила проверки согласия опытного распределения с теоретическим. Часть II. Непараметрические критерии. (Приняты и введены в действие Постановлением Госстандарта России от 22 января 2002 г. № 24-ст). М.: ИПК Изд. стандартов, 2002. 62 с.

7. Справка и обучение по Microsoft Office // Excel 2007 training courses and tutorials / <https://www.support.office.com/ru-ru/article/> (дата обращения: 31.10.2016).

П.Д. Хаустов
магистр
(ГУУ, г. Москва)

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ ГОСТИНИЦ

Актуальность данного доклада состоит в том, что гостиничный бизнес в Москве это быстро развивающаяся отрасль и конкуренция среди гостиниц высшего класса очень велика, особенно в связи со скорым проведением Чемпионата мира по футболу 2018 в Москве, количество конкурентов только растёт.

Для того чтобы привлечь гостя можно предусмотреть красивый интерьер, удобное расположение гостиницы, широкий спектр услуг, но если гостю предоставить низкое качество обслуживания, он больше никогда не захочет воспользоваться услугами данной гостиницы. Качество обслуживания напрямую зависит от персонала гостиницы. Если система управления персоналом и его деятельностью на гостиничном предприятии будет выстроена правильно, то потребности сотрудников будут удовлетворяться более полно, а как следствие и улучшается степень удовлетворения гостей.

Все гостиницы пользуются системами автоматизации которые позволяют сократить время выполнения некоторых услуг и позволяют вести учет и контроль деятельности гостиницы. Быстроразвивающиеся технологии внедряются повсеместно особенно в индустрии услуг, что позволяет организациям приобретать новые конкурентные преимущества, за счет новых технологических возможностей.

Большинство систем автоматизации гостиниц, которые широко используются в гостиницах, также известные как системы управления собственностью (Property Management System) уже достаточно устарели [1]. Со своей основной задачей системы справляются, но с приходом новых тенденций в сфере гостеприимства эти старые системы становятся сложнее использовать.

Запутанные механизмы усложняют работу сотрудникам, а как выразился Ричард Чарльз Николас Брэнсон (основатель всемирно известной корпорации Virgin Group) если довольны сотрудники, то и клиенты тоже будут довольны.

Внедрение обновленной системы автоматизации позволит улучшить качество услуг и потенциально увеличить прибыль организации. Гостиничный бизнес, как рынок гостиничных услуг, ориентирован, в первую очередь на работу с гостями, с целью создания постоянных, комфортных условий проживания и предоставления наиболее широкого спектра услуг. Качество и количество таких услуг напрямую влияет на оценку гостиницы, выраженную, в большинстве, звездами.

Качество услуг определяет конкретный круг гостиницы и влияет на конкурентные преимущества на рынке. И наиболее важную, но незаметную для гостей функцию по обеспечению гостиницей всех необходимых услуг, выполняют различные системы автоматизации, которые отвечают не только за инженерные и телекоммуникационные процессы в гостинице, но и за все стадии работ с гостями, начиная от дистанционного бронирования гостем номера на необходимый срок и заканчивая созданием, поддержанием и обновлением информационной базы данных о предпочтениях постояльцев.

На гостиничном рынке Москвы наблюдается постепенное возвращение деловой активности. Санкции оказали неоднозначное влияние на гостиничный рынок столицы. С одной стороны, из-за изменившегося имиджа страны на западе, приток западных туристов, как деловых, так и отдыхающих из стран Европы и США, значительно сократился. Однако это открыло новые сегменты спроса со стороны состоятельных путешественников из регионов России, а также туристические группы из Ирана, Сирии и Китая.

За 2015 г., в Москве, несмотря на подготовку к Чемпионату Мира по футболу 2018 г., не было введено много новых гостиниц в эксплуатацию. В городе открылись Marriott Новый Арбат, рассчитанный на 234 номера и StandArt Hotel на Пушкинской, рассчитанный на 105 номеров в верхней части ценового диапазона, а также Ibis Динамо, рассчитанный на 317 номеров в среднем сегменте. Помимо того, в среднем сегменте ожидается открытие гостиницы Hampton by Hilton, рассчитанной на 214 номеров. Новые гостиницы, как представители сети также используют устаревшую систему.[2]

По показателям операционной выручки, единственным успешным сегментом по сравнению с прошлым годом является люксовый сегмент рынка. Остальные сегменты испытывают небольшие потери. При анализе гостиниц было выявлено, что подавляющее большинство использует одну и ту же версию системы автоматизации гостиницы. Эта система устарела и ее усовершенствование для оптимизации работы гостиницы может создать дополнительное конкурентное преимущество [3].

При внедрении инновацию в гостиницу следует ожидать новые затраты на современное программное обеспечение, лицензии и обучение сотрудников. Помимо этого цена варьируется в зависимости от количества модулей, установленных в систему и размера номерного фонда [4]. К такому решению следует подходить многократно. Необходимо обдумать все возможные потери и вероятные выгоды для каждой конкретной гостиницы.

Эта инновация является технологической и затрагивает организационные, экономические, экологические аспекты деятельности организации.

Литература

1. Oracle // Официальный сайт Micros Oracle URL: <http://www.micros.com/Solutions/ProductsNZ/OPERAPROPERTYMANAGEMENTSYSTEM/> (дата обращения: 28 октября 2016).
2. 2015 – Обзор гостиничного рынка Москвы – итоги трех кварталов // jll.ru URL: http://www.jll.ru/russia/ru-ru/Research/Moscow_Hotel_Market_Q3_2015_RUS.pdf?99b96aed-4492-4629-9b35-53bd21c30c62.html (дата обращения: 27 октября 2016).
3. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Издательский дом «Альпина», 2008. 720 с.
4. Top Hospitality Property Management Software Products // capterra.com URL: <http://www.capterra.com/hospitality-property-management-software/#infographic/> (дата обращения: 28 октября 2016).

Р.Е. Шепелев

аспирант

А.Т. Волков

д-р экон. наук, проф.

(ГУУ, г. Москва)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР ПАТЕНТНЫХ СЛУЖБ

Стратегический характер интеллектуальной собственности, качественно изменяющий содержание наиболее востребованных предметов труда и средств производства и, соответственно, самих субъектов общества, ее использующих, определяет инвестиционную политику компаний, а также тенденции развития мирового рынка. Все тактические действия по созданию, учету, поощрению и использованию интеллектуальной собственности по отдельности и в сумме имеют существенные стратегические последствия. В первую очередь, они ощущаются в конкурентной среде на рынке и в области эффективного инвестирования соответствующих программ и проектов.

В системе стратегических ресурсов современного предприятия результаты интеллектуальной деятельности (далее – РИД) занимают особое место. Интеллектуальные ресурсы, в отличие от большинства природных ресурсов, не только наиболее воспроизводимые, но и быстро преумножаемые при правильном управлении. Поэтому ставка на интеллектуальные ресурсы – это ставка на независимую от природных ресурсов экономику и на устойчивое и долгосрочное процветание.

Определение верной стратегии приобретения и тактики эксплуатации данных ресурсов, качественная реализация этих стратегий и тактик теперь стали одним из наиболее значимых инструментов обеспечения жизнеспособности компании.

В свою очередь, управление интеллектуальной собственностью – это комплекс взаимосвязанных и взаимозависимых работ, которые выполняются различными структурными подразделениями предприятия или организации.

В деле повышения эффективности управления интеллектуальной собственностью значительна роль патентных подразделений, однако на многих промышленных предприятиях и научных учреждениях в патентных отделах имеют место всего несколько работников, а на некоторых предприятиях такие службы отсутствуют.

В идеале структура патентных подразделений в зависимости от численности должна состоять из секторов, групп или отдельных исполнителей, специализированных на следующих направлениях: планирование программ НИОКР, изобретательская и рационализаторская работа, экономика изобретательства и рационализации, патентные и маркетинговые исследования, зарубежное патентование, коммерциализация технологий. Между перечисленными звеньями должны существовать теснейшие связи и взаимодействие, необходимо, чтобы в этой работе активное участие принимали разработчики, патентоведы и экономисты. Во взаимодействии и распределении функций, прав и обязанностей во многом зависит успех изобретательской работы. Необходимо отметить, что при наличии в стране большого числа квалифицированных специалистов в области патентования и правовой охраны объектов интеллектуальной собственности наблюдается

острый дефицит специалистов с широтой познания в сфере вовлечения в коммерческий оборот потенциала запатентованных решений и их последующего использования в наукоёмких отраслях производства.

В настоящее время наблюдается рост внимания к патентным подразделениям, эффективности их работы, отмечается рост численности сотрудников в патентных отделах.

Совершенствование организации управления патентным подразделением должно удовлетворять следующим требованиям. Структура подразделения должна охватывать весь комплекс работ: выявление РИД, принятие решения о форме правовой охраны, подача заявки и получение патента, мониторинг патентной активности, трансфер РИД, корпоративный учет и работа с базой технологий, внедрение и развитие систем управления знаниями, продажа и закупка лицензий, коммерциализация изобретений, определение эффективности изобретений и рацпредложений, своевременная выплата авторских вознаграждений, разработка патентной стратегии (определение оптимального режима защиты результатов интеллектуальной деятельности). Для успешной работы необходимо четкое закрепление всех работ за исполнителями или группами.

Результатом грамотной организации работы патентной службы является получение значительной прибыли. Защита проведенных разработок патентами, продажа лицензий на использование изобретений позволяют получить значительные средства. Доходы от реализации лицензий на проведенные научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы могут возмещать до 30-40% стоимости разработок, а на некоторые высокоэффективные тиражируемые разработки – многократно. Патентная защита высокоэффективных разработок позволяет занимать монопольное положение на рынке, продавать выпускаемую продукцию по монопольно высокой цене, что многократно окупает затраты на патентование изобретений. При отсутствии контроля соблюдения патентных прав часто остаются незамеченными случаи их нарушения, что влечет за собой определенные потери. Выпуск непатентночистой продукции вынуждает выплачивать значительные суммы штрафов.

Определенную сложность вызывает право собственности на изобретения, выполненные в порядке реализации служебного задания. С одной стороны, оно создано личным трудом автора, с другой – использованы материальные, финансовые, производственные ресурсы предприятия, изобретение часто разрабатывается коллективом авторов, используя интеллектуальный потенциал фирмы, фонды научно-технической информации. В большинстве случаев патентообладателем выступает фирма, в которой разработано изобретение. Для исключения спорных ситуаций при подписании контракта о приеме на работу сотрудников, трудом которых потенциально возможно создание изобретений, следует включать пункт, предусматривающий собственность фирмы на изобретения, выполненные в порядке реализации служебного задания.

Приведем типичные недостатки в проведении изобретательской и патентно-лицензионной работы: высокий уровень отказов в выдаче патентов; патентование изобретений, не предполагаемых к коммерческому использованию; патентование изобретений, использование которых невозможно проконтролировать; несвоевременное снятие изобретений с патентования; продажа лицензий на передовые разработки, самостоятельное использование которых позволяет получать высокую прибыль; продажа лицензий на единичные (мелкосерийные) разработки; не соответствие

географии экспорта географии патентования; нарушение последовательности этапов проведения работ; отсутствие координации патентных исследований.

Решение указанных задач возможно при использовании системно-целевого подхода к построению организационных структур управления и в организации управления патентными подразделениями. Применение такого подхода подразумевает сочетание функциональной и тематической специализации: структурные звенья формируются по функциональному принципу – патентные исследования, оформление заявочной документации, ведение патентного фонда; внутри звеньев структуры преимущественно используется тематическая специализация – по направлениям работ, проводимых организацией.

В зависимости от особенностей хозяйственной деятельности конкретной организации изменяется содержание изобретательской и патентно-лицензионной работы, соответственно изменяется организационная структура патентной службы.

СЕКЦИЯ «УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ И ЭКОНОМИКА ТРУДА»

А.А. Алешина
аспирант
(ГУУ, г. Москва)

КАДРЫ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ И ПЕРЕПОДГОТОВКИ

На сегодняшний день малый бизнес (далее МБ) в России имеет неограниченное значение. Доля этого сектора экономики в ВВП составляет около 20% и во многом определяет состояние занятости населения России. Сегодня развитие малого предпринимательства является одной из важнейших задач государства. Несмотря на это, МБ в России испытывает острую нехватку в профессиональных кадрах, обладающих необходимыми навыками организации и функционирования предпринимательских структур. Как показывает практика, в современных условиях предпринимательским кадрам не хватает знаний в области управления, планирования, организации и функционирования рабочих процессов.

Актуальность подготовки специалистов для МБ связана также с появлением новых технологий, систем информационного обеспечения, а также способности предприятий этого сектора стабильно функционировать в непрерывно обновляющемся мире. Обучение персонала как один из механизмов борьбы с безработицей играет важную роль не только в жизнедеятельности предприятий МБ, но и в государственной экономике. Опираясь на данные Росстата видно, что за 5 последних лет количество единиц малых предприятий сократилось почти на 70 тыс., а количество работников, занятых в сфере МБ сократилось почти на 2 млн. чел. Это привело к тому, что оборот предприятий данного сектора экономики страны сократился

приблизительно на 2,2 млрд. руб. В условиях значительного сокращения числа предприятий МБ, государство самым серьезным образом озабочено скорейшим изменением складывающейся тенденции. Сегодня невозможно решить проблему увеличения числа малых предприятий и как следствие, увеличения числа рабочих мест без серьезной государственной поддержки. С 2005 г. Минэкономразвития России реализует специальную Программу развития малого и среднего бизнеса, сутью которой является предоставление субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации в целях оказания государственной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства на региональном уровне.

В настоящий момент программа реализуется в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 30 января 2014 г. № 1605 «О предоставлении и распределении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства» и ежегодно издаваемыми приказами Минэкономразвития России. В рамках программы финансовые средства целевым образом на конкурсной основе распределяются между регионами на реализацию мероприятий, предусмотренных региональными программами развития малого и среднего предпринимательства, при условии софинансирования расходов со стороны региона. Такой подход позволяет в дополнение к средствам федерального бюджета привлекать финансовые средства регионов, а также стимулировать регионы к реализации более активной политики в сфере поддержки предпринимательской деятельности. В реализации программы задействованы все регионы страны.

Все формы господдержки малого бизнеса представляют собой разовую государственную помощь, которая должна быть использована на реализацию конкретной задачи в рамках деятельности предприятия. В их числе:

- закупка, модернизация и ремонт основных средств;
- найм новых сотрудников или улучшение условий труда уже имеющихся;
- покупка, обновление и установка лицензионного программного обеспечения;
- арендная плата за пользование производственными и офисными помещениями;
- вложение денежных средств в сырье и материалы.

Возвращать такую помощь в дальнейшем не придется, однако государство будет контролировать целевое расходование выделенных средств.

Анализ направлений деятельности предприятий малого и среднего бизнеса, на реализацию которых может быть выделена государственная поддержка в форме субсидии, свидетельствует о том, что в данном перечне не предусмотрено такое важное и необходимое направление, как подготовка и переподготовка персонала для нужд предприятий МБ. Однако в большинстве регионов РФ уже сформирована сеть образовательных учреждений, осуществляющих подготовку, переподготовку и повышение квалификации специалистов для сферы МБ. В каждом регионе реализуется собственная Программа, в рамках которой специалист может пройти обучение, либо повысить квалификацию, как по личной инициативе, так и по инициативе работодателя. Большим плюсом для желающего обучаться является тот факт, что финансирование обучения в рамках Программы носит долевого характера. Стоимость обучения, оплачивается направляющей организацией или

специалистом совместно с бюджетом региона, в рамках которого заложено финансирование Программы.

Несмотря на очевидные положительные моменты, в реализации Программы есть и существенные минусы, которые усложняют возможность участия в ней. Главными из них являются:

1. Конкурсный отбор осуществляется в форме тестирования, но для того, чтобы принять в нем участие, необходимо предоставить пакет документов, глядя на который многие потенциальные слушатели отказываются от участия. Важным моментом здесь является фактор времени, который, так или иначе, влияет на участие в Программе обучения. Складывается парадоксальная ситуация, поддержка обучающихся кадров для малого предпринимательства осуществляется, однако оказаться среди ее участников не так-то просто. Если значительно упростить процедуру предоставления необходимых для участия в Программе документов, обучение смогло бы пройти гораздо большее число желающих.

2. Необходимо проводить обучение и переобучение кадров для сферы МБ на муниципальном уровне совместно с местными органами власти, обеспечивая финансирование Программы обучения, как за счет работодателей, так и за счет муниципального образования в процентном соотношении. Для этого следует обеспечить необходимый контроль над расходованием бюджетных средств на муниципальном уровне. Результатом данного шага будет рост числа работников МБ, прошедших обучение или повышение квалификации именно в той отрасли, в которой муниципальное образование сегодня испытывает острую нехватку специалистов. А кадровый потенциал – один из важнейших ресурсов, на который должно опираться любое предприятие при решении возникающих экономических проблем.

Малое предпринимательство сегодня занимает ключевое место в дальнейшем развитии экономики России. На него возложены задачи, справиться с которыми без поддержки государства и муниципальных органов власти практически невозможно. При этом реальная поддержка МБ на государственном и муниципальном уровнях должна осуществляться комплексно. Только такой подход с учетом практической реализации вышеперечисленных мер позволит значительно упростить и сделать более эффективным процесс подготовки и переподготовки кадров для нужд предприятий МБ, и как следствие будет способствовать увеличению экономической мощи России.

Литература

1. Постановление правительства "О предоставлении и распределении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов РФ на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства" № 1605 // <http://government.ru/docs/all/94566/>

2. Федеральная служба государственной статистики. Основные показатели деятельности малых предприятий (без микропредприятий) Российской Федерации // <http://www.gks.ru/>

3. Букамина М.А. Подготовка и переподготовка кадров для сферы малого бизнеса // Российское предпринимательство. 2002. № 3 (27). С. 90-94. – URL: <http://bgscience.ru/lib/604/>

М.А. Андрианов
магистрант

В.М. Свистунов
д-р экон. наук, проф.
(ГУУ, г. Москва)

ПРОБЛЕМЫ ТЕКУЧЕСТИ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ ПРОДАЖ НЕДВИЖИМОСТИ

Персонал организации, несомненно, является её ценнейшим ресурсом, а большая часть современных руководителей признает важность кадровой политики. Сегодня необходим грамотный и взвешенный подход к формированию рабочего коллектива, способного реализовывать стоящие перед ним серьезные задачи. Но важно не только найти сотрудника, но и сохранить его в организации. Неэффективное решение данной задачи порождает такое явление, как текучесть персонала – процесс, актуальность изучения которого последнее время приобретает все большее значение как в рамках отдельно взятой организации, так и в контексте целых отраслей.

Текучесть персонала предполагает серьезные изменения в кадровом составе организации, связанные с увольнением одних сотрудников и приходом других на их места. В теории данного вопроса принято выделять следующие основные типы текучести персонала [3]:

1. Внутриорганизационная (трудолюбивые перемещения внутри организации).
2. Внешняя (между организациями, отраслями и сферами экономики).
3. Физическая (увольнение в силу различных причин).
4. Скрытая (сотрудник, фактически, «выпадает» из работы коллектива и отстраняется от него).
5. Естественная (нормальное обновление коллектива, не требующее особого внимания руководства).

Крайне важно установить причины текучести персонала, так как, зачастую, цена текучести кадров для организации может быть довольно высока. Эффективный процесс анализа данного явления условно делится на три ключевых этапа: измерение, выявление причин и разработка стратегий по корректировке. При этом важно учитывать сферу деятельности организации, её возраст и персонал какого уровня подвергается изучению на предмет текучести.

В большинстве случаев организации борются с последствиями возникновения текучести персонала в их коллективе, зачастую оставляя первопричины без внимания или не считая их приоритетными по важности. А, между тем, существуют основные «критические точки», которые зачастую и являются источниками текучести. В частности, эффективность реализации следующих элементов кадровой работы самым серьезным образом способны повлиять на состояние текучести персонала организации [2]:

1. Подбор сотрудников.
2. Адаптация сотрудников.
3. Создание для сотрудников комфортных и достойных условий труда.
4. Карьерный рост и личные перспективы сотрудников.
5. Уровень взаимоотношений с коллективом и руководством.

В силу ряда особенностей, текучесть персонала вполне естественное явление для многих современных компаний в сфере недвижимости.

Объясняется это тем, что данная сфера обладает рядом особенностей в плане подбора и адаптации персонала. Руководству организаций в сфере продаж недвижимости далеко не всегда удается создать своим сотрудникам комфортные и достойные условия труда, обеспечить им ожидаемый карьерный рост. Это часто становится причиной высокой текучести кадров. Для организаций данной сферы, как правило, текучесть носит постоянный характер, из-за чего штат сотрудников в отдельно взятом отделении агентства недвижимости за год может измениться на 60-70%. Руководство большинства крупных агентств, таких как «ИНКОМ», «МИЭЛЬ», «МИЦ» и т.д., признает существующую проблему текучести, но не предпринимает сколь-нибудь действенных способов по устранению или минимизации, делая ставку на прием все новых и новых сотрудников [1].

Если рассмотреть проблему текучести персонала под призмой основных причин, влияющих на текучесть, то можно выявить следующие проблемные моменты, присущие практически всем организациям в сфере недвижимости:

1. На этапе подбора сотрудники отдела персонала банально стараются закрыть как можно больше вакансий, не выставляя никаких особых критериев к соискателям (без опыта, без стажа, всему сами научим, все расскажем и покажем, только приходите поскорее к нам). Сюда же накладывается, создаваемый агентствами, образ профессии как источника большого и легкого заработка. Все это создает определенные проблемы для соискателя в дальнейшем, когда его видение, искаженное подобным образом, не соотносится с реальностью и вынуждает сотрудника искать более подходящую работу.

2. В крупных агентствах действительно создана развитая система карьерного роста и прекрасные учебные центры, которые проводят всестороннюю подготовку риелторов по разным аспектам продажи недвижимости. Однако на практике приходится сталкиваться с ситуацией, когда сотрудник, зачастую неопытный, не способен сразу выйти на требуемые объемы по реализации объектов недвижимости в силу различных факторов. В таком случае руководство организации будет поддерживать его строго формально, не оказывая никакой реальной помощи, так как это подразумевает затраты на сотрудника, который не приносит никакой отдачи. Чаще всего, такое «покинутое» состояние также заставляет сотрудников увольняться.

3. Третья проблема является следствием первых двух. Агентства недвижимости приглашают к себе множество новичков-стажеров, обещая им стабильный доход по затраченным усилиям, нестандартный характер работы и карьерные перспективы. Но первое время стажеры предоставлены сами себе, только закрепленные за ними наставники пытаются ввести их в курс дела, параллельно оценивая своих подопечных на перспективу. Если наставник видит способности у сотрудника в дальнейшем приносить прибыль, то стажеру открываются возможности начать обучение в учебном центре, а руководство начинает оказывать ему посильную помощь, что в скором времени приведет к сделкам и, соответственно, прибыли. В противном случае, сотруднику ясно дают понять, что этот род деятельности не его.

Исходя из вышеназванных проблем, можно предложить следующие пути выхода из сложившейся ситуации. Во-первых, организациям стоит более открыто и детально информировать соискателей о характере своей деятельности. Необходимо не раскрывая всех нюансов, обеспечить такое информирование соискателя, чтобы у него сложилось целостное и адекватное представление о своей будущей профессии. Чем меньше неоправданных

ожиданий будет у сотрудника, тем более велика вероятность того, что он останется в организации.

Следует отойти от практики массового привлечения людей, не имеющих никакого представления о ризлтерской деятельности. Для этого достаточно ужесточить требования к соискателям, что позволит привлекать на работу более квалифицированных и перспективных сотрудников, у которых будет более легкий и быстрый период адаптации, а также это позволит минимизировать затраты на их обучение, а также повысит шансы получения быстрой прибыли. В этом случае, коллектив будет более однороден в плане квалификации, что позволит также создать дополнительную здоровую конкуренцию в карьерном плане.

Проблема текучести кадров существует достаточно давно, однако и сегодня она не стала менее актуальной. Процесс текучести присущ любой организации, но практически каждая сфера деятельности имеет свои специфические причины и особенности. Без их понимания, изучения и учета невозможно найти эффективные пути решения, способные обеспечить организацию лояльным и стабильным коллективом сотрудников.

Литература

1. АскарOVA В.В. Проблемы текучести персонала в организациях // Отдел кадров. 2008. № 2.
2. Причины текучести кадров и способы её предотвращения // <http://acenter.ru/> (дата обращения: 29.10.2016).
3. Наталья Володина. Считаем текучесть персонала // Кадровик. 2010. № 1.

Р.А. Ашурбеков
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

СБАЛАНСИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ В ТАМОЖЕННОЙ СЛУЖБЕ

Трудовая сфера в таможенных органах имеет ряд специфических особенностей: по своему содержанию трудовая деятельность госслужащих в таможенных органах направлена на реализацию общенациональных интересов, на всемерное укрепление и развитие общественного и государственного строя, ее отличают высокая степень ответственности должностных лиц таможенных органов за принимаемые решения, их осуществление, результаты и последствия, жесткая нормативная регламентация управления и трудовой дисциплины в таможенных органах, а также задействование интеллектуального, творческого потенциала для решения управленческих задач.

Создание таможенной службы нового типа неразрывно связано с развитием ее кадрового потенциала. Поэтому первоочередной задачей является обеспечение для служащих таможенных органов таких условий трудовой деятельности (административных, организационно-экономических, социально-психологических), которые будут дисциплинировать, стимулировать, способствовать профессиональной и творческой реализации, воспитывать

нравственные ценности и этические принципы служебной деятельности, что, соответственно, позволит повысить ответственность и результативность российской таможенной службы. Для повышения эффективности кадровой работы, результатом которой является успешное выполнение поставленных перед таможенной службой задач, создания предпосылок и потенциальных возможностей для развития карьеры служащих таможенных органов необходимо использовать современные инструменты стратегического управления. Таким инструментом является сбалансированная система показателей (ССП) для совершенствования системы управления таможенной службой, т.е. доведения до каждого должностного лица целей и задач, установленных Федеральной таможенной службой России (ФТС), стоящих перед таможенными органами через разработанную систему индивидуальных показателей на всех уровнях управления таможенной службой.

Для государственных структур, в том числе, таможенных органов характерна специфика использования ССП:

1. Понижение важности финансовой составляющей при доминировании клиентской перспективы в ССП. Похожую модель можно встретить в работах П. Нивена [7], который в данном контексте подразумевает под финансами способ формирования добавленной стоимости для клиентов при жестком контроле расходов. Таким образом, финансовые показатели выделяются из составляющей внутренних бизнес-процессов вместо того, чтобы применять традиционные финансовые параметры, такие как прибыльность или оборачиваемость.

2. Смещение финансовой составляющей на нижнюю ступень причинно-следственных связей. В этом случае ключевые показатели эффективности финансовой составляющей являются лишь базой для осуществления остальных процессов, которым уделяется особое внимание. При этом показатели таможенных органов достаточно близки к традиционным показателям ССП коммерческих организаций при условии, что для них ставятся менее жесткие рамки, а доминирующими являются составляющая внутренних бизнес-процессов и клиентская составляющая.

3. Еще одна особенность построения ССП таможенных органов заключается в том, что полученные результаты от функционирования ССП практически полностью зависят от руководства, и этот человеческий фактор во многом обуславливает успех или провал внедрения ССП в качестве стратегического инструмента управления. Если высшее руководство готово всерьез принять внедрение ССП, то и процесс составления и применения ССП пройдет намного легче и быстрее, так как в этой деятельности необходимо осуществлять интенсивные коммуникации для четкой формулировки стратегических целей, согласования составляющих и ключевых показателей эффективности. Кроме того ССП должна иметь тесную связь с процессом согласования целей, которая призвана обеспечить понимание каждым сотрудником своей роли в деятельности таможенного органа и выступить стимулом для более эффективной работы служащих.

Процесс разработки и внедрения ССП, в первую очередь, преследует цель совершенствования системы управления таможенной службой путем создания инструментов доведения до каждого должностного лица целей и задач, стоящих перед таможенными органами через разработанную систему индивидуальных показателей на всех уровнях управления таможенной службы.

Стратегические цели ФТС определены на основе Стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2020 г. [5], Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации [2],

Транспортной стратегии Российской Федерации на период до 2030 г. [3], Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г. [4] и Стратегии государственной антинаркотической политики Российской Федерации до 2020 г. [1]. В данных программных документах среди основных стратегических целей названы следующие: повышение уровня соблюдения таможенного законодательства Евразийского экономического союза (ЕАЭС), обеспечение полноты и своевременности уплаты таможенных пошлин, налогов и таможенных сборов, повышение качества предоставления услуг таможенными органами, сокращение издержек участников внешнеэкономической деятельности и государства, связанных с таможенным оформлением и таможенным контролем, выявление и пресечение контрабанды оружия, наркотиков, контрафактной продукции и иных товаров, запрещенных к ввозу в ЕАЭС, а также товаров, предметов и ценностей, вывоз которых за границу Российской Федерации запрещен.

Данные цели слабо представлены в существующей системе показателей таможенных органов, кроме того они не сконцентрированы воедино. Существующие ключевые показатели эффективности деятельности таможенных органов (КПЭД) отражают только верхний уровень управления таможенного органа, а система ключевых показателей деятельности структурных подразделений и служащих (KPI) позволяет осуществить декомпозицию задач на уровне отдельно взятого подразделения и должностного лица таможенного органа.

С целью ликвидации данного недостатка необходимо уточнить методический подход к формированию ССП в таможенных органах.

Разработка ССП начинается с анализа стратегии таможенной службы, ее миссии и видения, поставленных стратегических целей. Результатом данного анализа должна стать «стратегическая карта» таможенного органа, которая будет отражать все стратегические цели, ключевые факторы успеха, способствующие их достижению, по четырем перспективам – клиенты, финансы, процессы, обучение и развитие.

Ключевые факторы успеха, связанные друг с другом, обычно объединяются в самостоятельные кластеры – «стратегические темы», для каждой из которых должен быть выбран ответственный за их выполнение.

Таким образом, появляется возможность детально управлять разными аспектами развития таможенных органов (стратегическими темами), и при этом обеспечиваются целостность и единство всех этих направлений.

Дополнительно на стратегической карте отражаются взаимосвязи между целями и ключевыми факторами успеха.

Стратегическая карта – достаточно простой и наглядный способ отражения стратегии таможенного органа, ее целей и направлений развития. Но это не только удачный способ иллюстрирования стратегии, но и эффективный инструмент доведения и каскадирования данной стратегии до уровня конкретного служащего.

После утверждения стратегической карты разрабатываются карты для структурных подразделений таможенного органа. Данные карты более детальные, содержат стратегические цели, но с учетом специфики деятельности организационной единицы.

На основе стратегических карт разрабатываются ключевые показатели эффективности деятельности таможенного органа (КПЭД).

Таким образом, КПЭД являются измерителями достижимости целей, а также характеристиками эффективности деятельности таможенного органа.

На следующем этапе разрабатываются ключевые индикаторы эффективности каждого должностного лица таможенного органа (KPI).

Система показателей (KПЭД и KPI), разработанных как на стратегическом уровне (согласно корпоративной стратегической карте), так и для каждого структурного подразделения и каждого служащего, позволяют управлять процессом внедрения стратегии, оперативно выявлять трудности, возникающие при внедрении, оценивать эффективность деятельности каждого подразделения/служащего.

Таким образом, система управления, ориентированная на цели, включает полный спектр элементов: от видения общих перспектив развития таможенных органов, описания и контроля мероприятий с использованием сбалансированных показателей трех уровней: таможенного органа, структурного подразделения, должностного лица до оценки деятельности.

В целом, ССП обеспечивает целенаправленный мониторинг деятельности таможенного органа, позволяет прогнозировать и упреждать появление проблем, органично сочетает уровни стратегического и оперативного управления, контролирует наиболее существенные финансовые и нефинансовые показатели деятельности. Степень достижения стратегических целей, эффективность процессов и работы всего таможенного органа в целом, каждого его подразделения и каждого сотрудника определяется значениями ключевых показателей эффективности, которые, в свою очередь, тесно связаны с системой мотивации сотрудников. Показатели с их целевыми и граничными значениями определяются таким образом, чтобы максимально охватить все критические области, влияющие на реализацию стратегии.

Концепция ССП поддерживает стратегическое планирование, реализацию и дальнейшую корректировку стратегии, путём объединения усилий всех структурных подразделений таможенного органа [6].

Традиционное измерение эффективности деятельности организации, сосредоточенное только на финансовых показателях, не дает полной картины состояния организации, не позволяет построить точный прогноз его развития. Современные подходы к стратегическому менеджменту призывают обращать внимание на такие нефинансовые составляющие как, персонал, внутренние процессы, инновации, отношения с потребителями. ССП – это определенная система координат, в которой движется таможенный орган и которая позволяет отслеживать и контролировать ее перемещение по наиболее важным для любой организации координатам – клиенты, процессы, финансы, развитие/персонал.

ССП включает четыре основные перспективы – ключевые направления, в рамках которых разрабатываются наборы показателей, позволяющих отслеживать деятельность таможенного органа: финансовую, клиентскую, процессную и перспективу обучения и развития:

Финансовая: Какую ценность мы представляем для государства?

Клиентская: Какую ценность мы представляем для участников внешнеэкономической деятельности?

Внутренних процессов: Какие процессы мы должны усовершенствовать, чтобы обеспечить рост эффективности?

Обучения и развития: Имеются ли программы развития, мотивации и роста?

Правильно построенная ССП позволяет:

1) Сосредоточить все ресурсы таможенного органа (финансовые, кадровые, технологические, информационные) на реализации стратегии и добиться неуклонного движения организации к поставленным целям.

2) Обеспечить связь между стратегическими целями и ежедневной работой сотрудников, структурных подразделений, таможенного органа в целом (за счет введения измеримых показателей, связанных с целями).

3) Повысить управляемость и эффективность деятельности таможенного органа, а также снизить риски.

Литература

1. Стратегия государственной антинаркотической политики Российской Федерации до 2020 г. [Электронный ресурс]: [Указ Президента Российской Федерации от 9 июня 2010 г. № 690] – Режим доступа <http://base.consultant.ru/...n=165081> (дата обращения: 09.10.2016).

2. О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. [Электронный ресурс]: [Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 08.08.2009)]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document/...6d88941ac66824f848bc2/> (дата обращения: 10.10.2016).

3. О Транспортной стратегии Российской Федерации [Электронный ресурс]: [Распоряжение Правительства РФ от 22.11.2008 N 1734-р (ред. от 11.06.2014)]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/...LAW;n=164761> (дата обращения: 11.10.2016).

4. Об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г. [Электронный ресурс]: [Распоряжение Правительства РФ от 08.12.2011 N 2227-р]. – Режим доступа <http://base.consultant.ru/...LAW;n=123444> (дата обращения: 11.09.2016).

5. Стратегия развития таможенной службы Российской Федерации до 2020 г. [Электронный ресурс]: [Распоряжение Правительства РФ от 28 декабря 2012 г. N 2575-р]. – Режим доступа: <http://www.customs.ru/...article> (дата обращения: 1.10.2016).

6. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. 2-е изд., испр. и доп. / Пер. с англ. М. Павловой. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. – 320 с.

Нивен Пол Р.. Сбалансированная Система Показателей: Шаг за шагом: максимальное повышение эффективности и закрепление полученных результатов/ Пер. с англ.- Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс. – 2004. – 328 с.

Е.И. Белоглазов
аспирант
(ГУУ, г. Москва)

СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ КОРПОРАЦИЕЙ

В числе современных рыночных процессов, происходящих как в мире, так и на российском рынке, серьезное воздействие на рынок труда и социально-трудовые отношения оказывают слияния и поглощения компаний. Слияния и поглощения в современной экономике – глобальный феномен, неотъемлемая составляющая развития. Все пять известных волн слияний и поглощений в мире – начиная с 1890-х показали, что пики активности приходится на периоды структурных изменений, промышленных кризисов и

подъемов, инфляции, технологических революций, когда происходит существенная организационная перестройка экономики и переоценка ее активов.

Обострение конкурентной борьбы между крупнейшими международными корпорациями вынуждает их расширять масштабы операций по приобретению одних компаний, установлению контроля над другими, реализации с отдельными партнерами совместных инвестиционных проектов. Мотивы слияний и поглощений, несмотря на свое многообразие, значительно уступают многообразию форм их конкретной реализации. Основными экономическими причинами слияний и поглощений являются :

- экономия за счет увеличения масштабов деятельности;
- конкурентное преимущество или увеличение доли рынка;
- диверсификация продукции или услуг;
- повышение качества управления;
- сокращение издержек [3].

Результатом неэффективного управления компанией может быть ее поглощение со стороны компании с более эффективной системой менеджмента. Как правило, в поглощаемой компании проводится реорганизация и сокращение управленческого персонала. Таким образом, распространение качественного менеджмента на поглощаемую компанию и использование более совершенных технологий управления становятся важным фактором повышения эффективности деятельности объединённой структуры.

Наблюдающееся при сделках слияний и поглощений сокращение издержек происходит за счет уменьшения административных расходов в результате ликвидации дублирования и централизации управленческих функций. Кроме того, при слияниях компании получают возможность уменьшать эксплуатационные расходы за счет интеграции и оптимизации функций поддержки [1].

Законодательство ряда зарубежных стран, признавая, что слияния влекут за собой массовые сокращения и вместе с этим массу социально-экономических проблем, регулирует данный процесс с целью минимизации негативных последствий. Во многом процедура увольнения; в период после консолидации связана с обязательствами работодателя в отношении сотрудников по консультированию, уведомлению, компенсации и предоставлению нового рабочего места, которые зависят от законов, принятой практики каждой страны. В связи с усилением процессов слияний и поглощений в России представляется целесообразным использование зарубежного опыта в вопросе регулирования социально-трудовых отношений в условиях слияний и поглощений компаний.

Опрос, проведенный в США среди 750 владельцев бизнеса и высшего руководящего состава показал, что основные причины неудач слияний и поглощений связаны с плохой стратегией интеграции, потерей ключевого персонала, недостаточным продуманным стратегическом обосновании, неправильной программой коммуникации и др. Потенциально выгодные сделки примерно в 70% случаев не приводят к достижению поставленных целей из-за низкого качества подготовки и проведения интеграции. Менеджеры не справляются со сложностями интеграции корпоративных культур, производственных процессов, бухгалтерского учета и др. В связи с чем переходный период затягивается на неопределенное время, больше внимания уделяется краткосрочным, нежели долгосрочным целям [2].

Каждая компания – единый развивающийся бизнес-организм. Если компания растет эволюционным путем, это сопровождается обычными

«болезнями роста». Если же она расширяется путем слияния или поглощения, то сложностей возникает гораздо больше: это можно сравнить с последствиями хирургического вмешательства. Главные сложности интеграционного процесса связаны с двумя уровнями проблем – групповым и индивидуальным. Первый сопряжен с определенной организационной культурой, существующей в любой компании и формирующей у ее сотрудников чувство некой групповой общности и целостности. Второй связан с субъективным восприятием происходящих изменений каждым работником, его опасениями по поводу возможной потери работы, уровня вознаграждения, перспектив карьерного роста, сохранения статуса, увеличения нагрузки и так далее. Существуют особенности и сложности интеграционного процесса каждого из обозначенных выше уровней.

Понятие корпоративной и организационной культуры появилось в литературе сравнительно недавно и постепенно наполнялось все более полным содержанием. Как и целый ряд других понятий организационно-управленческих дисциплин, концепция организационной культуры не имеет универсального определения. Возможны разнообразные функциональные описания культурной области, которые формулируются в зависимости от конкретных целей исследования, но единого, получившего общепризнанное распространение, определения организационной культуры, по-видимому, нет.

Можно констатировать, что до настоящего момента в большинстве работ, посвященных этой теме, четко не разделялись такие понятия как корпоративная и организационная культура. Одна из попыток разделения понятий квалифицирует корпоративную культуру как ценностно-нормативное пространство, в котором существует корпорация во взаимодействии с другими организационными структурами, а организационную культуру – как «интегральную характеристику организации (ее ценностей, паттернов поведения, способов оценки результатов деятельности), данную в языке определенной типологии. Однако данное определение корпоративной, культуры нечетко указывает на источник возникновения корпоративной культуры. «Корпоративная культура – сложный комплекс предположений, бездоказательно принимаемых всеми членами конкретной организации и задающих общие рамки поведения, принимаемые большей частью: организации. Корпоративная культура проявляется в философии и идеологии управления, ценностных ориентациях, верованиях, ожиданиях, нормах поведения. Корпоративная культура регламентирует поведение человека и дает возможность прогнозировать его реакции в критических ситуациях».

Корпоративная культура – это то, что определяет, что хорошо и что плохо для фирмы. Свод формальных и неформальных правил, определенный стандарт поведения. Корпоративная культура определяет все – от внешнего вида до образа мыслей».

Признавая существенную роль корпоративной культуры и человеческих ресурсов в успехе слияний или поглощений, отдел по работе с персоналом лишь в последнее время начал рассматриваться как один из важных инструментов. Именно в этих сферах отдел по работе с персоналом может если не обеспечить решающий успех, то, по крайней мере, многое предпринять. Все большее количество компаний уделяет приоритетное внимание стратегическим вопросам формирования человеческого капитала и в связи с этим предъявляет возрастающие требования к отделам по персоналу. Особенно это актуально на этапе кардинальных преобразований, таких как слияния и поглощения. Как показывает практика зарубежных и российских сделок (слияние Molson Breweries и Carling SKeefe и создание ТНК-ВР) одним из возможных способов более эффективного решения поставленных проблем

может служить вовлечение специалистов по человеческим ресурсам на стадии интеграции сделки. При этом зарубежный опыт демонстрирует все большее вовлечение специалистов по человеческим ресурсам на всех стадиях сделки, начиная с предварительного планирования, всестороннего обследования деятельности и, до планирования интеграции и непосредственного проведения сделки. Нежелание привлекать отдел по персоналу к участию в процессе, скорее, следствие исторических предубеждений, а не реальной неспособности последнего внести позитивный вклад в успешное проведение сделки.

Литература

1. Беленькая О. Анализ корпоративных слияний и поглощений // Управление компанией. 2011. № 2 и <http://www.executive.ru/publications>
2. Галпин Т.Дж., Хэндон М. Полное руководство по слияниям и поглощениям компаний: методы и процедуры интеграции на всех уровнях организационной иерархии. М., 2014.
3. Савчук С.В. Анализ основных мотивов слияний и поглощений // Менеджмент в России и за рубежом. 2012. № 5.

А.А. Глебов
аспирант
(ГУУ, г. Москва)

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ПО КОМПЕТЕНЦИЯМ

Сегодня эффективность деятельности любой компании определяется компетенциями персонала, поскольку они влияют на формирование конкурентных преимуществ организации и стратегию ее развития. Конкурентоспособность компании достигается за счет наличия у нее организационных компетенций, в состав которых входят и компетенции сотрудников. Более того, чтобы опережать происходящие в мире изменения, необходимо развивать компетенции персонала, которым отводится важная роль в системе управления персоналом, они становятся ключевыми инструментами управления эффективностью человеческих ресурсов.

Управление по компетенциям позволяет компании обеспечить достижение стратегических целей, упорядочить процесс планирования и подведения итогов выполнения задач, поставленных перед структурными подразделениями и персоналом [1].

Таким образом, компетенция персонала – показатель, анализируемый и управляемый в рамках практически всех подсистем управления персоналом. К ним относятся:

- кадровое планирование – определение качественной и количественной потребности компании в персонале;
- привлечение и отбор персонала – определение требований к компетенции кандидатов и отбор соответствующих работников;
- обучение и развитие персонала – определение путей и способов повышения компетентности персонала;
- мотивация персонала – выработка путей мотивации и стимулирования потребностей работников по повышению своей компетентности;

- оценка и аттестация персонала – проведение эффективного анализа компетентности персонала в соответствии с требованиями бизнеса.

Основной целью управления персоналом по компетенциям является повышение эффективности процессов управления персоналом [2]:

- организация подбора и найма персонала;
- организация обучения и развития персонала;
- проведение аттестации персонала;
- формирование резерва кадров.

Для оценки персонала по компетенциям при организации, подбора и найма персонала применяется метод структурированного интервью по компетенциям (с использованием профессиональных тестов и кейсов), т.е. оценивается соответствие фактического уровня развития компетенций кандидата требуемым уровням развития компетенций необходимых для замещения вакантной должности и принятия решения о найме. При необходимости сравнения нескольких кандидатов на вакансию составляется рейтинг кандидатов на основе показателя общего соответствия профилю компетенций.

При формировании резерва кадров для оценки кандидатов по компетенциям проводятся:

- центр оценки персонала;
- структурированное интервью по компетенциям.

На основании выводов и рекомендаций, сделанных по итогам оценки персонала, определяются работники, фактический уровень развития компетенций которых превышает требуемый. Эти работники могут быть включены в список кандидатур в резерв кадров.

По итогам оценки персонала в автоматизированной системе управления персоналом формируется рейтинг кандидатов в резерв кадров по каждому планируемому уровню руководства или должности. С учетом этого рейтинга составляется список резерва кадров.

Результаты оценки кандидатов в резерв кадров могут быть использованы при формировании индивидуальных планов подготовки работников, зачисленных в резерв кадров.

Анализ результатов оценки персонала по компетенциям позволяет выявить потребности в обучении и развитии работников, определить состав и количество работников, которым необходимо обучение, а также сформировать цели обучения на основе рекомендованного перечня обучающих программ и развивающих действий в соответствии с требованиями профилей компетенций занимаемых работниками должностей.

В случае отрицательных значений показателей соответствия компетенций требуемым уровням развития, полученных в ходе оценки персонала по компетенциям, для работника могут быть рекомендованы соответствующие обучающие мероприятия и развивающие действия. Перечень обучающих программ и развивающих действий включает обучающие программы и развивающие действия, направленные на достижение работником требуемых уровней развития компетенций.

В первую очередь рекомендуется прохождение обучающих программ и выполнение развивающих действий, направленных на достижение работником следующего за фактическим уровнем развития компетенции. В случае необходимости руководитель может вносить изменения и дополнения в рекомендованный перечень обучающих программ и развивающих действий.

После утверждения руководителем подразделения по управлению персоналом рекомендованных обучающих мероприятий и развивающих

действий работник, ответственный за организацию обучения и развития персонала, вносит их в план обучения и развития персонала.

Результаты оценки персонала по компетенциям могут быть использованы также при аттестации персонала.

Решение о проведении аттестации работников принимается в порядке, установленном Положением о проведении аттестации руководителей и специалистов администрации компании.

В случае если аттестация работника проходит не позднее нескольких месяцев после прохождения работником оценки по компетенциям, рассматриваются результаты последней оценки по компетенциям.

Если аттестация работника проводится позднее, чем через несколько месяцев после последней оценки по компетенциям, работник проходит повторную оценку по компетенциям.

Методы оценки работников по компетенциям, используемые при проведении аттестации, зависят от занимаемой работником должности.

Целью проведения оценки персонала по компетенциям является определение фактического уровня развития компетенций работника/кандидата и его соответствия профилю компетенций для должности.

Основными задачами управления персоналом по компетенциям являются [3]:

- обеспечение взаимосвязи процессов управления персоналом за счет использования единого каталога компетенций;
- определение ключевых требований к кандидатам на замещение вакантных должностей в компании;
- проведение регулярной оценки персонала по компетенциям и выявление перспектив его развития компетенций;
- обеспечение единых подходов к принятию кадровых решений на основании оценки персонала по компетенциям в компании;
- повышение личной заинтересованности и ответственности работников за выполнение должностных обязанностей, поручений руководства и повышение квалификации.

Основными элементами управления персоналом по компетенциям являются:

- каталог компетенций;
- профили компетенций для должностей;
- оценка по компетенциям.

Основными процессами управления персоналом по компетенциям являются:

- ведение каталога компетенций, заключающееся в регулярной актуализации содержащихся в каталоге компетенций, а также приведении структуры каталога в соответствие с направлениями деятельности самостоятельных структурных подразделений компании;
- формирование профилей компетенций для должностей работников администрации компании с целью определения ключевых требований к работникам и кандидатам на вакансии;
- проведение оценки персонала по компетенциям;
- использование результатов оценки персонала по компетенциям для принятия кадровых решений.

Литература

1. Яхонтова Е.С. Стратегическое управление персоналом: учебное пособие. М.: ИД Дело РАНХиГС, 2013.

2. Кибанов А.Я. Управление персоналом: учебник / А.Я. Кибанов, Л.В. Ивановская, Е.А. Митрофанова. М.: ИЦ РИОР, 2010.

3. Митрофанова Е.А. Управление персоналом: Теория и практика. Компетентностный подход в управлении персоналом: учебно-практическое пособие. М.: Проспект, 2013.

К.Ф. Дафонте
студентка
(ГУУ, г. Москва)

ОСОБЕННОСТИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ МАЛЫХ КОМПАНИЙ ПО ОПТОВОЙ ЗАКУПКЕ ЦВЕТНЫХ И ЧЕРНЫХ МЕТАЛЛОВ

Современные условия рыночной экономики с ее волнообразными колебаниями диктуют свои «правила игры» предприятиям разных отраслей. И ни для кого не секрет, что текущей стадией экономического цикла является кризис. Он, в свою очередь, заставляет по-новому взглянуть на проблемы управления предприятием. К числу таких проблем относятся вопросы управления персоналом, которые в совокупности составляют кадровую политику компании.

К сожалению, за последние десять лет не все руководители поняли, что необходимы перемены, что нужно «управлять по-новому». Есть отрасли, в которых очевидны проблемы управления персоналом. И речь пойдет о малых компаниях по оптовой закупке цветных и черных металлов.

На сегодняшний день управление человеческим ресурсом должно быть направлено на повышение эффективности работы всей компании. Таким образом, можно сказать, что одним из решающих факторов конкурентоспособности и эффективности в условиях рынка становится высокое качество человеческого капитала и грамотное управление им. Но грамотное управление не может быть хаотичным. Оно должно быть основано на четкой политике.

Начнем с понятия «кадровая политика»:

1) в широком смысле – это система осознанных, а также определенным образом сформулированных и закрепленных правил и норм, приводящих человеческий ресурс в соответствие с долговременной стратегией фирмы [3];

2) в узком смысле – это набор конкретных правил, пожеланий и ограничений (зачастую неосознаваемых), реализующихся как в процессе непосредственных взаимодействий между сотрудниками, так и во взаимоотношениях между работниками и организацией в целом [4].

Можно сделать вывод, что кадровая политика – это некоторая совокупность правил и норм, видения и целей, которые определяют содержание, а также направление работы с человеческими ресурсами.

Кадровая политика в большинстве своем включает:

- кадровое планирование;
- отбор кандидатов на вакантные должности;
- последующий найм самых подходящих из них;
- размещение трудовых ресурсов;
- условия труда;
- адаптацию;

- обучение и подготовку (переподготовку);
- продвижение по карьерной лестнице;
- методы мотивации и стимулирования;
- формальные, а также неформальные связи;
- профилактику, а также разрешение споров и конфликтных ситуаций среди сотрудников [1].

Сами кадровые политики могут значительно различаться между собой. Ведь на их формирование влияет не только экономические тенденции, нормативно-правовая среда, цели организации, кадровый потенциал, но и сфера деятельности, размер компании, стиль руководства и т.д.

Если говорить о кадровых политиках в малых компаниях, занимающихся оптовой покупкой цветных и черных металлов, то они являются достаточно специфическими. И этому есть несколько объяснений:

1. С точки зрения современных тенденций эта сфера не пользуется особой популярностью. Соответственно, все меньше потенциальных сотрудников поступают в профильные колледжи и вузы, что в конечном итоге существенно сокращает приток новых квалифицированных специалистов, в том числе в области управления персоналом.

2. Несмотря на внушительные годовые обороты, эти компании законодательно относятся к субъектам малого бизнеса и, следовательно, имеют малую численность персонала.

3. У большинства руководителей высшего и среднего звена нет управленческого образования. И, как следствие, они не концентрируют свое внимание на многих важных кадровых вопросах.

Но все же вернемся к специфическим особенностям этих самых кадровых политик.

Первой особенностью является то, что для подобных компаний характерны пассивные и реактивные кадровые политики. И это связано, как правило, с отсутствием или малым размером кадровой службы.

И в случае отсутствия службы управления персоналом функции управления персоналом возложены на одного сотрудника или эти функции реализует сам руководитель предприятия. Соответственно, иногда бывает так, что у руководителей нет какого-либо понимания в отношении кадровой политики. А работа с кадровым составом сводится к ликвидации негативных явлений. При этом отсутствует адекватный анализ кадровой ситуации, также нет средств оценки кадров, а также его труда. Руководство реагирует на возникающие конфликтные ситуации, однако причины подобных явлений остаются невыясненными. Да и сами последствия остаются без какого-либо анализа. Все это является признаками пассивной кадровой политики [6].

Если же кадровая служба существует, то это уже само говорит о том, что организация к кадровым вопросам относится более серьезно. И, соответственно, кадровые политики могут быть как реактивными, превентивными, так и активными. Но поскольку речь идет о малых компаниях рассматриваемого направления деятельности, то чаще всего наблюдается реактивная кадровая политика. То есть контролю руководства подвергаются ситуации возникновения конфликтов, отсутствие необходимой квалификации у сотрудников для решения стоящих перед ними задач, недостаток мотивации к высокоэффективному труду. Руководство, конечно, принимает меры по ликвидации последствий кризисных ситуаций, анализируются причины возникновения кризиса. К тому же кадровые службы подобных компаний имеют средства диагностики ситуаций и средства экстренной помощи [2].

Еще одной особенностью является принадлежность кадровой политики подобных компаний к закрытому типу. То есть компании осуществляют наем нового персонала на низшие и средние должности, при том, что замещение происходит исключительно из числа сотрудников компании [5]. Но эти меры оправданы. Во-первых, специфика оптового рынка цветных и черных металлов диктует свои требования к знаниям сотрудников. И подобных сотрудников действительно не просто найти на рынке труда. Намного легче взять неопытных и самостоятельно их обучить. Во-вторых, в вопросах замещения наиболее привлекательными являются сотрудники, получившие опыт в этой самой компании на конкретной должности. Им расширяют полномочия, снижается контроль со стороны руководства. Можно сказать, что им больше доверяют, в том числе по вопросам, связанным с коммерческой тайной.

Выводы:

1. Особенности кадровой политики малых компаний по оптовой закупке цветных и черных металлов, предопределены сферой деятельности, численностью персонала, а также отсутствием управленческого образования у руководителей высшего и среднего звена.
2. Наиболее характерными типами кадровой политики подобных компаний являются пассивная и реактивная. А с точки зрения степени открытости по отношению к внешней среде в процессе формирования кадрового состава кадровая политика относится к закрытому типу.

Литература

1. Александрова Н.А., Брюхова О.Ю., Шестопалова О.Н. Основы кадровой политики и кадрового планирования. Екатеринбург: УрГУПС, 2014. 181 с.
2. Базаров Т.Ю. Психология управления персоналом. Теория и практика. М.: Юрайт, 2014. 381 с.
3. Дорофеева Л.И. Основы теории управления. М.: Директ-Медиа, 2015. 450 с.
4. Пеньшин Н.В., Титова А.А. Актуальность кадровой политики на автомобильном транспорте // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. № 3(53). Тамбов: ТГТУ, 2014. С. 31-36.
5. Позубенкова Э.И. Стратегический менеджмент. Пенза: РИО ПГСХА, 2014. 200 с.
6. Шапиро С.А., Самраилова Е.К., Хусаинова Н.Л. Теоретические основы управления персоналом. М.: Директ-Медиа, 2015. 320 с.

Л.С. Зеленцова
д-р экон. наук
А.Б. Зеленцов
(ГУУ, г. Москва)

**РОЛЬ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ
ЭФФЕКТИВНОЙ ВЗАИМОСВЯЗИ ЭЛЕМЕНТОВ СТРУКТУРНОГО КАПИТАЛА**

Под влиянием переосмысления теории капитала происходит качественное переосмысление методики расчета национального богатства как накопленного капитала. Раньше оно рассчитывалось как сумма материальных капиталов. Когда в него стали включать и воплощенный в людях неосязаемый

капитал, то выяснилось, что почти во всех странах именно он составляет подавляющую долю национального богатства.

Первоначально под человеческим капиталом понималась лишь совокупность инвестиций в человека, повышающая его способность к труду – образование и профессиональные навыки. В дальнейшем понятие человеческого капитала существенно расширилось. Последние расчеты, сделанные экспертами Всемирного банка, включают в него потребительские расходы – затраты семей на питание, одежду, жилища, образование, здравоохранение, культуру, а также расходы государства на эти цели.

При разработке кадровой политики организации, как генерального направления работы с персоналом и важнейшего управленческого решения, следует учитывать не только совокупность принципов, методов, набор правил и норм в этой области, но и многоаспектность, сложность структуры капитала организации, поле развития бизнеса и комплексность воздействия на персонал.

Уникальность и ключевые конкурентные преимущества результатов деятельности обеспечиваются в основном за счет умелого использования и развития интеллектуального капитала, который, на наш взгляд, является производным от человеческого капитала. Следует признать, что во многих научных исследованиях проповедуется триединство интеллектуального капитала, воплощенная в трех его составляющих: человеческом, социальном и организационном капиталах.

В нашей работе к роли и значению человеческого капитала мы подходим с несколько иных позиций, с позиций необходимости учета в кадровой политике структуры капитала организации.

В структуру капитала организации мы включаем следующие элементы: материальный (финансовый); человеческий, интеллектуальный, физиологический, социальный, эмоциональный и организационный.

Материальный или финансовый капитал как материально вещественные активы, имеющие определенную ценность, измеряемую стоимостными показателями, без человеческого капитала теряет смысл своего существования.

Человеческий капитал, как совокупность знаний, навыков и компетенций, воплощенных в отдельных людях и измеряемых при помощи показателей уровня образования и экономической активности, для организации является главным источником формирования и инновационного развития, как некий неосязаемый, воплощенный в людях капитал, представляющий собой часть национального богатства. Измеряется при помощи показателей уровня образования и экономической активности.

Интеллектуальный капитал создается людьми (человеческим капиталом) в процессе выработки, сохранения, использования и расширения знаний, навыков, информации. Рассматривается как ценнейший экономический ресурс современной организации, обладающий такими характеристиками, как уникальность, долговечность, способность к самовоспроизводству, немобильность, т.е. невозможность точного копирования конкурентами, непрозрачность, т.е. защищенность правами интеллектуальной собственности. Во многих исследованиях ученых доказано, что интеллектуальный капитал в большей мере, чем физические активы или финансовый капитал становится устойчивым конкурентным преимуществом.

В этой связи, интеллектуальный капитал рассматривается нами как источник формирования устойчивого конкурентного преимущества фирмы, обеспечивающий ей в долгосрочной перспективе конкурентоустойчивость организации как внутриорганизационной компетенции поддерживать

конкурентоспособность во времени. Дифференциация продукции, уникальные потребительские свойства товаров и услуг, возможность снижения издержек за счет использования результатов НТП и компьютерных технологий, автоматизация производства, расширяющиеся возможности сервисного обслуживания, совершенные рекламные технологии – вот далеко неполный перечень возможных конкурентных преимуществ, создающихся на основе интеллектуального капитала фирмы для формирования и поддержания её конкурентоустойчивости.

Физиологический капитал, как некая присущая опять же непосредственно человеческому капиталу компонента, представляет собой потенциальный запас физических сил и здоровья, который человек получает при рождении и в первые годы жизни, развивает (с учетом достижений медицины, фармакологии и генной инженерии) или теряет его. Измеряется показателями здоровья и продолжительности жизни. Роберт Фогель на основе изучения долговременных трендов, обосновал, что данные об изменении роста являются наиболее достоверным индикатором изменения жизненного уровня. Он предложил обозначить биологический потенциал человека понятием «физиологический капитал» (по аналогии с «человеческим капиталом» Г. Беккера) [19], рост которого есть не менее яркое выражение прогресса, чем увеличение (в частности индекс роста доходов) материального богатства.

Социальный капитал, как совокупность горизонтальных связей между людьми, представляет собой нормы взаимоотношений индивидов, повышающая производительность труда и доход за счет обмена знаниями и навыками. Благодаря социальным контактам внутри и вне организации создается социальный капитал, как запасы и перемещение знаний. Социальный капитал свойственен структуре связей между акторами и среди них измеряется показателями уровня доверия и др.

Эмоциональный капитал, как экономическая категория, представляет собой способности и совокупность методов поддержания спокойного, сфокусированного состояния людей, особенно руководителей, позволяющие принимать такие решения, от которых зависит позитивное изменение стоимости бизнеса.

В середине 90-х американский журналист и психолог Дэниел Гоулман предложил термин «эмоциональный интеллект» и доказал, что IQ, человека, – отнюдь не абсолютный показатель успешности в профессиональной сфере. Эмоциональный капитал человека – это:

- осознание человеком своего общественного статуса и своих жизненно важных потребностей, мыслей, чувств, мотивов, переживаний и действий;
- целеустремленность и мужество;
- порядочность и честность;
- умение переносить стресс и справляться с трудностями.

Но в большей степени эмоциональный капитал проявляется в групповой работе, командах и бригадах, например, когда между работниками организованы эффективные профессиональные связи. Эффективность профессиональных связей строится на групповом и межличностном взаимодействии, взаимопомощи и коллективной работе, на умении устранять разногласия путем переговоров и стремлении внести свой вклад и высоком потенциале лидера. В этом плане эмоциональный капитал становится экономическим ресурсом, а синергетический эффект от эффективного взаимодействия – предметом тщательного исследования при формировании кадровой политики.

Организационный капитал – это не только знания, которыми владеет организация, хранящиеся в базах данных, стандартах и инструкциях, создаваемых людьми (человеческим капиталом) и социальным капиталом, но и способности организации, проистекающие из формализованных знаний, деловых процессов, организационной культуры, ценностей и норм.

Организационный капитал имеет отношение к организации в целом и делает ее работу успешной: патенты, лицензии, изобретения, товарные знаки, организационная структура, корпоративная культура, технологии, системы управления, базы данных, инновационные информационные технологии

Организационный капитал принадлежит компании и его можно развивать с помощью управления знаниями и управления инвестиционным портфелем, а также за счет улучшения операционных решений, принимаемых в области НИОКР и мониторинга вклада научных исследований и разработок в результаты деятельности.

Таким образом, каждый из представленных выше структурных элементов капитала организации органично связан с человеческим капиталом, поскольку является либо его производным, либо зависимым от него, тем не менее, влияние их неоспоримо и должно быть измерено и учтено в управлении человеческими ресурсами. Очевидно, что организационный капитал, выделенный нами как самостоятельный, также является предметом исследования и должен быть учтен с позиций управления его вкладом при формировании кадровой политики. В этой связи, при разработке кадровой политики организации как генерального направления работы с персоналом и важнейшего управленческого решения, следует учитывать не только совокупность принципов, методов, набор правил и норм в этой области, но и многоаспектность, сложность структуры капитала организации, поле развития бизнеса и комплексность воздействия на персонал. При разработке кадровой политики целесообразно учитывать не просто структуру капитала организации, но более важным является обеспечить взаимодействие таким образом, чтобы взаимобмен элементов вкладами друг в друга создавал синергетический эффект.

Достаточно широкое поле для исследования проблем высокой значимости при формировании кадровой политики лежит в области сбалансированности внутренней занятости. В настоящее время рынок труда обычно делят на внешний и внутренний. В этой связи уже при формировании кадровой политики организации должны быть заложены механизмы цивилизованных рыночно – трудовых отношений, базирующихся на профессиональной мобильности работников во внутренней среде организации, и основы рационального взаимодействия между ними.

В этой связи, для обеспечения сбалансированной внутренней занятости контраминационная кадровая политика «должна ориентироваться на лояльность сотрудников по отношению к организации, личную мотивацию и привязанность к своей работе; квалификацию работников, их профессиональные навыки, необходимость их подготовки и переподготовки развитие потенциала для исполнения работы более высокого уровня руководство. Важным моментом является также, чтобы сотрудники компании разделяли взгляды на цели организации и работали совместно для их достижения». В отношении затрат следует говорить об эффективности операций организации. Человеческие ресурсы должны использоваться с наибольшей продуктивностью и с позиций их преимуществ. Объем выпуска продукции максимизируется при условии минимизации затрат ресурсов и материалов. Организация должна уметь оперативно реагировать на возможности, предлагаемые рынком, и на изменения среды бизнеса.

Таким образом, воплощенный в людях неосязаемый капитал – человеческий, интеллектуальный, физиологический, социальный, эмоциональный и организационный, позволяет рассматривать *человеческие ресурсы и инвестиции в них как активы, находящиеся в распоряжении организации, и имеющие денежную стоимость. В силу этого, данные активы могут анализироваться с позиций их участия в производстве и влияния на результаты деятельности организации, в том числе, на стоимость бизнеса.*

В свою очередь, кадровая политика, как интегратор внутриорганизационного взаимодействия, обеспечивает эффективную взаимосвязь элементов структурного капитала (человеческого, физиологического, интеллектуального, социального, эмоционального, организационного друг с другом и с материально-физическим), создавая условия для взаимообмена вкладами друг в друга. Благодаря эффективному взаимодействию формируется синергетический эффект в виде приращения стоимости бизнеса (составляющая положительного эффекта контаминации). В первую очередь учитывалось, что персонал, которым располагают организации, обладает потенциалом, который при правильном управлении преобразуется в человеческие активы, повышающие стоимость бизнеса.

О.М. Козырева
магистрант
И.А. Масленников
канд. экон. наук
(ГУУ, г. Москва)

ОСОБЕННОСТИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ ФРАНЧАЙЗИНГА В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

Каждый день миллионы работников ищут себе работу мечты, желая построить карьеру и перейти в разряд управленцев, а сотни компаний выкладывают новые и новые привлекательные вакансии в интернете и средствах массовой информации, дающих надежду работникам на продвижение и рост. Тем не менее, релевантных требований к кандидатам при приеме на должности руководящего звена, даже начального уровня, не может определить ни одна организация. Поэтому у компаний часто встает вопрос нанимать линейный руководящий персонал со стороны или, все-таки, выращивать управляющих повышая в должности отличившихся сотрудников. В целом, данный вопрос является одним из основных аспектов кадровой политики организации. Данное понятие определяется как генеральное направление кадровой работы, совокупность принципов, методов, форм, организационного механизма по выработке целей и задач, направленных на сохранение, укрепление и развитие кадрового потенциала, на создание квалифицированного и высокопроизводительного сплоченного коллектива, способного своевременно реагировать на постоянно меняющиеся требования рынка с учетом стратегии развития организации [3].

Особенности кадровой политики в данной статье рассмотрены на примере предприятия общественного питания работающего по технологии франчайзинга, что ограничивает свободу выбора предприятия в решении

вопросов управления. Термин «франчайзинг», в переводе с древне – французского означает возможность независимого ведения какой – либо деятельности. В современной же понимании, франчайзинг – это смешанная модель крупного и малого предпринимательства, при которой большие организации (так называемые «родительские» фирмы, франчайзеры), заключают контракт с небольшими фирмами («дочерними» организациями, предпринимателями т.е. франчайзи) на право функционировать от имени франчайзера [2].

Есть ли преимущества данной схемы работы для предприятия общественного питания? Такого плана организации, не важно в какой сфере они функционируют, являются менее гибкими, чем традиционные компании. Их деятельность ограничена правилами и условиями, которые обсуждаются как при покупке уже готового «портфеля» для старта, так и при покупке права на использование бренда.

В соответствии с данной спецификой проявляются и особенности кадровой политики предприятия. В частности, возникающие сложности с подбором руководящего персонала обуславливаются особенностями его качественного и количественного состава. Как правило, персонал, имеет следующую иерархию: управляющий заведения на верхнем уровне, менеджеры или администраторы на втором и бармены и повара, мойщицы и прочий обслуживающий персонал на третьем уровне. В задачи управляющего входят вопросы общего управления, бюджетирование, подбор персонала, оплата поставок и, в идеальном случае, вопросы управления базой поставщиков. Но, не редко, данный вопрос ложится на плечи администраторов, в обязанности которых входит контроль за соблюдением стандартов качества продукции и услуг, согласованных с франчайзи, а также оперативное управление персоналом.

Таким образом, не редко администраторы берут на себя большую часть управленческих функций, то есть, управляющий вынужден делегировать их, в связи с недостатком информации и времени для решения данных оперативных проблем. Администраторы, несмотря на то, что они являются менеджерами начального уровня, должны обладать высокой компетентностью и быть основой ведения бизнеса. Ежедневная работа таких сотрудников включает контроль за работой всего персонала, ведение отчетности, организация поставок и приемка товара, согласование меню, проработка блюд и все прочие вопросы работы предприятия.

Непосредственными подчиненными администраторов является персонал разной специфики. В рассматриваемой модели деятельности количество персонала ограничено. Бармены могут быть совмещены с официантами и кассирами-операционистами. В обязанности поваров входит: приготовление продукции и заготовок, соблюдение санитарных норм, ротации и товарного соседства, а также ряд специфических требований франшизы. Ограниченная численность персонала приводит к тому, что в случае форс-мажорных обстоятельств администратор вынужден заменить отсутствующее звено.

Схема развития предприятий общественного питания по франчайзингу остается одной из самых востребованных во всем мире. Если еще в начале нулевых она только зарождалась в России, то теперь значительное число кафе, баров, ресторанов и других подобных предприятий, особенно сетевых, вовлечены в этот процесс [1]. Путь франчайзинга выбирают люди, собирающиеся основать свое дело, но не готовые начинать «дело с нуля», в связи с тем, что они не обладают достаточным опытом и знанием специфики бизнеса. В условиях кризиса, технология франчайзинга позволяет группе

единомышленников открыть собственное предприятие, частности в сфере общественного питания, с минимальными вложениями и относительно низкой степенью риска. Так как франчайзи берет на себя функции планирования, проектирования и формирования первоначальной базы поставщиков, то новоявленным предпринимателям остается заложить бюджет, арендовать и обустроить помещение, нанять персонал и начинать бизнес.

В данном случае «родительская» организация во многом определяет особенности кадровой политики. Многие франчайзи обязывают персонал пройти обучение на базе собственных учебных центров. При этом персонал, который подписывает обязательство работать в течение определённого срока после прохождения обучения, что позволяет гарантировать предпринимателю, что затраты на обучение не были впустую. Первоначальное обучение особенно необходимо администраторам, являющимся ключевыми замыкающими на себе процесс единицами, без которых деятельность предприятия невозможна.

Несмотря на специфику обучения и соответствующие обязательства часть сотрудников, в частности администраторов, может уволиться уже в течение первых недель после открытия, не выдержав нагрузки и возложенной ответственности. В результате ключевым для выживания становится вопрос скорейшего поиска качественной замены. Предприятие должно либо нанять, либо «вырастить» новых администраторов из существующего персонала.

Первый вариант представляет собой классический поиск кандидатов на рынке труда. В таком случае управляющий ищет персонал на должность администратора в соответствии критериями, рекомендованными франчайзи и своими представлениями о состоянии дел, которые, особенно на первых этапах, могут быть далеки от действительности. С другой стороны, существует риск, что при отсутствии четкого представления о необходимых компетенциях сотрудника и затягивании процесса поиска, искомый эталон станет стремительно ухудшаться. В итоге будет нанят менеджер, который не сможет обеспечить предприятию должную эффективность. Кроме того, могут возникнуть следующие трудности:

1. Человек, принятый со стороны, может на собеседовании устраивать руководство, но в реальной работе показать худшие результаты.

2. Проблемы социализации в коллективе. Нанятый сотрудник может долго «втягиваться» в процесс работы и потерять доверие подчиненных, которые более компетентны. Это может вести к недопониманию, нарушение субординации, конфликтам и общему повышению напряженности в коллективе. В случае эскалации проблемы, как правило, одна из сторон конфликта покидает организацию, что только усугубляет положение дел.

3. В соответствии со спецификой работы по франшизе новый сотрудник может столкнуться с непредвиденными трудностями, такими как: особое программное обеспечение со своей технической поддержкой, специфические особенности корпоративной культуры и коммуникаций с «родительской» организацией, внутренней иерархией, особыми правилами и другими подводными камнями, которые могут стать серьезной проблемой даже для обученного персонала, не говоря уже о новом сотруднике.

Вторым вариантом восполнения вакансии руководящего звена является повышение рядового сотрудника. В таком случае управляющий сам становится наставником для отличившегося бармена-официанта или повара, которого повышает до должности администратора. В таком случае, получаем сотрудника, который намного лучше, чем кандидат со стороны, понимает особенности работы предприятия. Несмотря на то, что он, возможно, никогда не имел опыта в управлении, он имеет некоторые навыки административной

работы, полученные за время работы в подчинении и будет обладать достаточной мотивацией, чтобы стараться освоить управленческие аспекты и закрепиться на руководящей должности.

Несмотря на указанные преимущества, описанный вариант обладает рядом существенных недостатков:

1. Установившиеся дружеские отношения с коллегами могут помешать, когда они становятся подчиненными. С одной стороны, администратору будет сложно осуществлять контролирующие функции, а с другой стороны, подчиненные могут продолжать воспринимать его как равного, что может подорвать авторитет руководителя.

2. Человек может досконально понимать концепции работы кухни, так как он работал барменом-официантом, разбираться во всех процессах и управлять ими, но быть не приспособленным к бумажной работе и ведению отчетности

Указанные проблемы кадровой политики, описанные в обоих вариантах, могут решаться со стороны организации франчайзи, предлагающей описанные ранее программы стажировок и адаптации. Тем не менее, вместимость тренингов, их географическое расположение, длительность обучения и его цена, а также прочие бюрократические трудности, такие как необходимость соблюдения соглашения «о неразглашении коммерческой тайны» являются ограничительными барьерами для успешного функционирования франчайзеров с высокой текучестью персонала.

Таким образом, следует выделить следующие особенности кадровой политики в условиях франчайзинга в общественном питании:

1. Качественная и количественная структура персонала определяет особую сложность работы и управления им.

2. Кадровая политика должна стремиться к снижению текучести персонала и особенно ключевых сотрудников: администраторов, осуществляющих оперативное управление.

3. Организация должна при проведении кадровой политики учитывать, как положительные стороны франчайзинга, такие как возможности обучения персонала, так и ограничения, представленные определенными требованиями к персоналу.

4. Организация должна в рамках кадровой политики определить необходимые компетенции персонала, которые важны для успешного ведения дела. Данные критерии должны быть основой для найма персонала со стороны.

5. Предприятие должно создавать кадровые резервы для продвижения сотрудников, обладающих необходимыми компетенциями, на руководящие должности в случае необходимости.

Учредители и руководство организаций, использующих франшизу часто начиная свое дело не до конца понимают, что им предстоит, как оно должно функционировать и что они в итоге хотят получить. Компания франчайзи всегда готова поддержать созданную концепцию предприятий и привести их к успеху на рынке общественного питания, но для этого должна функционировать в организации-франчайзере соответствующая кадровая политика, которая позволит сохранить и преумножить трудовой потенциал всех сотрудников и, как результат, донести до потребителя всю ценность данной франшизы.

Литература

1. Аверьянова Т.Н. Франчайзинг в сфере общественного питания // STUDIUM. 2014. № 1-2 (30-31). С. 9.

2. Андрейко М.Н., Зорина А.А., Невтрилова М.А. Франчайзинг в России: преимущества и недостатки // Новая наука: опыт, традиции, инновации. 2016. № 4-1 (77). С. 14-17.

3. Управление персоналом организации: учебник / под ред. А.Я. Кибанова. 3-е изд., доп. и перераб. М.: ИНФРА-М, 2005. 638 с.

В.Г. Коновалова
канд. экон. наук, проф.
(ГУУ, г. Москва)

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Одним из главных критериев эффективности корпоративной культуры в инновационной экономике является степень ее стимулирующего влияния на инновационную активность организаций. При правильном выборе корпоративной культуры инновационный кадровый потенциал организации возрастет. Корпоративная культура вносит в развитие организации важные ценности и нормы, обеспечивающие позитивное отношение членов организации к инновациям и новаторству (инновационную восприимчивость), а также создающие психологические и организационные предпосылки для успешного новаторства [1].

Изучив подходы к инновациям 759 компаний, работающих на 17 крупнейших рынках, исследователи Gerard J. Tellis, Jaideep C. Prabhu и Rajesh K. Chandy [2] делают вывод о том, что корпоративная культура гораздо более важный фактор реализации радикальных инноваций, чем сотрудники, государство или национальная культура.

Согласно ежегодному исследованию Booz & Company, увеличение затрат на исследования и разработки не обязательно приводит к повышению результативности. Более важную роль играют стратегическая согласованность и культура, поддерживающая инновации [3].

KelleyBr. приводит данные отраслевых исследований, в соответствии с которыми 84% опрошенных руководителей, считают, что корпоративная культура имеет решающее значение для успеха деятельности, при этом более 50% подчеркивают, что культура в их организациях недостаточно восприимчива к нововведениям и нуждается в серьезной трансформации [4].

Во многих исследованиях подчеркивается, что опытные лидеры трансформируют культуру организаций для успешного внедрения инноваций и, напротив, именно культура в некоторых компаниях превращалась в серьезное препятствие на пути инновационного развития [5, 6].

В этой связи возникают два важных вопроса. Во-первых, что отличает инновационную корпоративную культуру, каковы ее принципиально важные черты? Во-вторых, какие особенности корпоративной культуры могут послужить реальными препятствиями на пути инновационного развития?

В исследовании Booz & Company выделяются два главных общих фактора корпоративной культуры ведущих инновационных компаний – сильная связь с потребителями и гордость за свои продукты. Это подразумевает не только ориентацию на потребителя в обычном смысле слова, но и включение потребителя в сам процесс разработки инновации, изучение и активное

формирование его потребностей, учет мнения потребителей в процессе выбора вариантов и отладки образцов продукции.

Кроме того, к важным особенностям инновационной корпоративной культуры можно отнести: уважение к техническому таланту и знаниям, открытость компании новым идеям от потребителей, конкурентов, поставщиков и других отраслей, эффективное сотрудничество между сотрудниками различных функциональных направлений и региональных отделений, чувство персональной ответственности за вклад в процесс инноваций и разработку продуктов, терпимость к неудачам в процессе инноваций [3, 5, 6].

Rao J. и Weintraub J. [7] обращают внимание на то, что *инновационная культура* основывается на шести взаимосвязанных «неосязаемых» элементах – ценности, поведение, климат, ресурсы, процессы и успех, которые, оказывают наибольшее влияние на формирование культуры инноваций и создание стабильного конкурентного преимущества.

Исследования показывают, что для корпоративной культуры инновационных организаций характерно следующее [8]: существуют явно выраженные цели и принципы, поощряющие инновационную деятельность; менеджеры постоянно приводят и анализируют примеры из жизни организации, которые иллюстрируют важность инновационной деятельности; сами менеджеры стараются подавать примеры ответственного отношения к развитию инноваций и др.

Среди других особенностей корпоративной культуры инновационных компаний обращают на себя внимание следующие [9]: оптимизм (сотрудник верит в будущее своей компании, уверен в правильности выбранного руководством пути и способность успешно по нему пройти); благоприятная атмосфера (компания имеет динамичную, жизнерадостную, профессионально-компетентную атмосферу); взаимопомощь, сотрудничество (в компании практикуется наставничество, есть возможность посоветоваться с более опытными коллегами, обсудить свои идеи и найти помощь в процессе их реализации); проектно-командный подход к реализации задач развития (в компании развита командная деятельность, существует практика организации команд под конкретные проекты, при этом в зависимости от целей различных проектов состав команд изменяется); ограничение личной конкуренции (в компании не развивается и не приветствуется личная конкуренция, но поощряется командное соперничество); самоуважение, самореализация (сотрудник ощущает свою значимость, он чувствует, что с его мнением считаются, к нему прислушиваются, руководитель проявляет к нему личный интерес, руководство заботится об условиях труда сотрудников); отсутствие вертикальных функциональных перегородок (в компании хорошо налажены горизонтальные информационные потоки, имеет место высокий уровень коммуникативной культуры); справедливость (сотрудник – инициатор инноваций уверен, что в случае успешного внедрения его предложений он получит адекватное материальное вознаграждение); ответственность (сотрудники привыкли не только участвовать, но и брать на себя ответственность).

Следует особо подчеркнуть, что важнейшей ценностью корпоративной культуры, которую выделяют и зарубежные исследователи инноваций, и менеджеры инновационных компаний как обязательное условие инновационного развития, является восприятие поражения не как ошибки, неудачи, а как части обучающего и экспериментального процесса (как это происходит в фундаментальных науках, но до последнего времени было не

приемлемо для менеджмента, нацеленного исключительно на прибыль) [3, 4, 6, 8].

В наименее инновационных организациях ситуация противоположная: общие принципы деятельности организации не выражают поддержку инновационной деятельности; никогда не приводятся примеры, которые бы настраивали работников на инновационную деятельность, а напротив, распространяются примеры из жизни организации, которые указывают на опасность риска, на то, что работники могут быть уволены из организации, если риск окажется неоправданным; сами менеджеры никогда не подают положительных примеров поддержки инновационной деятельности.

Отсутствие четкой стратегии инновационного развития и процессов информирования сотрудников о приоритетах компании дезориентирует сотрудников организации и подрывает инновационную культуру.

К основным «культурным барьерам», препятствующим инновационному развитию можно также отнести [9, 10]: восприятие руководством инициативы как угрозы захвата власти; отсутствие спланированной идеологии; отсутствие эффективных вертикальных коммуникаций; внутреннюю конкуренцию; неблагоприятный социально-психологический климат, конфликты, плохие условия труда; недостаточную компетентность инициатора инновационных предложений; отсутствие системы мотивации инновационной деятельности.

В общем виде можно выделить три основных направления в систему управления персоналом, которые позволяют создать адекватную инновационным потребностям фирмы корпоративную культуру [10]: создание системы целенаправленного обучения, в рамках которой акцент делается на повышении навыков работников и инвестирования в человеческий капитал; создание системы оценки вклада в работу, в которой акцент делается на результаты и вклад каждого конкретного работника в достижение цели; создание системы «группового развития», в которой акцент делается на лидерство и командную работу.

Литература

1. Breakthrough innovation and growth: Russian and international experience URL:<http://www.pwc.ru/ru/innovationsurvey/assets/executive-summary.pdf> (дата обращения: 17.10.2016).
2. Tellis G.J., Prabhu J.C., Chandy R.K. Radical Innovation Across Nations: The Preeminence of Corporate Culture // *Journal of Marketing*, vol. 73, no. 1, January 2009, pp. 3-23.
3. Jaruzelski B., Loehr J., Holman R. The Global Innovation 1000. Why Culture is Key? URL:<http://www.strategyand.pwc.com/global/home/what-we-think/reports-white-papers/article-display/2011-2011-global-innovation-1000>. (дата обращения: 10.10.2016).
4. Kelley Br. Five Ways to Make Your Innovation Culture Smell Better URL:<http://www.innovationmanagement.se/2014/12/17/five-ways-to-make-your-innovation-culture-smell-better> (дата обращения: 15.10.2016).
5. Creating a Culture for Innovation URL:<http://www.incrementalinnovation.com/innovation-management-development/culture-innovation> (дата обращения: 15.10.2016).
6. 6 Ways To Create A Culture Of Innovation // <http://www.fastcodesign.com/1672718/6-ways-to-create-a-culture-of-innovation>
7. Rao J., Weintraub J. How Innovative Is Your Company's Culture? // *MIT Sloan Management Review*, vol. 54, Issue 3, Spring 2013 URL: <http://sloanreview.mit.edu/article/how-innovative-is-your-companys-culture>

8. Сурин А.В., Молчанова О.П. Инновационный менеджмент: учебник. М.: ИНФРА-М, 2008. 368 с.

9. Первакова Е.Е. Факторы влияния корпоративной культуры на инновационную и предпринимательскую активность российских менеджеров // Экономические науки. 2014. № 1(110). С. 89-92.

10. Коновалова В. Инновационная корпоративная культура: особенности проявления и условия развития // Кадровик. 2015. № 5. С. 95-105.

А.И. Медведев
аспирант
(ГУУ, г. Москва)

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ КАК НОРМАТИВНАЯ БАЗА СЕРТИФИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА И ОЦЕНКИ КВАЛИФИКАЦИЙ

Одна из ключевых целей создания профессиональных стандартов – обеспечение институционального и инфраструктурного развития Национальной системы квалификаций (и компетенций) и ее компонент. Профессиональный стандарт представляет собой характеристику квалификации, необходимой работнику для осуществления профессиональной деятельности является основным инструментом развивающихся в России систем оценки и сертификации квалификаций.

Рассматривая вопрос взаимосвязи профессиональных стандартов и квалификаций, стоит снова обратить внимание на структуру профессионального стандарта – каждый профессиональный стандарт формируется путем комбинации трудовых функций, относящихся к одному квалификационному уровню. При этом каждая функция, перенесенная в профессиональный стандарт, становится единицей профессионального стандарта, в которой есть описания требований к знаниям, умениям и широким компетенциям, необходимым для выполнения этой конкретной трудовой функции. Комбинация единиц профессионального стандарта формирует определенный квалификационный профиль, и позволяет построить рамку квалификаций. И, соответственно, освоение соответствующего набора единиц профессионального стандарта приводит к получению квалификации определенного уровня.

Одновременно вышеуказанная структура профессионального стандарта обеспечивает измеримость квалификаций, поскольку освоение каждой единицы можно обоснованно и объективно оценивать по установленным критериям знаний, умений и широких компетенций. А оценка, в свою очередь, является основанием для сертификации, или официального признания, освоенных результатов.

Именно возможность последовательной и поэтапной демонстрации, оценки и признания освоенных единиц квалификации и получения по итогам оценки квалификационного сертификата является тем методическим механизмом, который способствует установлению баланса спроса и предложения квалификаций на рынке труда. Это актуально в сложившейся ситуации, когда одни виды трудовой деятельности (профессии) устаревают или изменяются по содержанию и объему и постоянно возникают новые виды трудовой деятельности, в связи с чем требуется быстрое заполнение

образовавшихся пустых рабочих мест, а это важно и для экономики, и для самих граждан.

Стоит отметить, что в соответствии с пунктом 6 Правил разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. №23 «О Правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов», Министерством труда были разработаны уровни квалификации в целях подготовки профессиональных стандартов [3].

«Уровни квалификации применяются при разработке профессиональных стандартов и обеспечивают международную и межотраслевую сопоставимость квалификаций. Они содержат описание обобщенных требований к работникам, определяемых показателями: «Широта полномочий и ответственность», «Характер умений» и «Характер знаний», а также основные пути достижения квалификации каждого уровня и минимальные требования к уровню образования.

Основные пути достижения уровня квалификации представляют типичные для современной России образовательные траектории, ведущие к определенной квалификации. Практический опыт может быть получен как в процессе освоения образовательных программ, так и в процессе трудовой и жизненной деятельности человека» [3].

На сегодняшний день описано 9 уровней квалификаций, которые используются в процессе разработки профессиональных стандартов для описания трудовых функций, а также для описания требований к образованию и обучению работников. Единые требования к квалификации работников, установленные Уровнями квалификации, могут быть расширены и уточнены с учетом специфики различных видов профессиональной деятельности.

Ключевым понятием при рассмотрении вопроса о взаимосвязи профессиональных стандартов и квалификаций является понятие результатов обучения, которые указывают на индивидуальные достижения, знания и практические умения, приобретенные и продемонстрированные человеком после успешного завершения обучения. Именно результаты обучения, соответствующим образом структурированные и сгруппированные в профессиональных стандартах, образуют квалификацию.

Стратегия обучения в течение всей жизни создает определенную мобильность, которая обеспечивает эффективную профессиональную и личностную самореализацию человека. В условиях растущей академической и трудовой мобильности, ускорения темпов развития всех секторов экономики и рынка труда, приводящего к быстрому устареванию одних профессий и специальностей и возникновению новых, взаимное признание квалификаций, основанное на их прозрачности, позволит более эффективно решать как экономические вопросы, так и социальные. Данное положение привело к разработке Европейской рамки квалификаций (ЕРК), созданной в интересах международной сравнимости и сопоставимости квалификаций, и национальных рамок квалификаций (НРК). При этом ЕРК и НРК помогают в устранении барьеров, существующих между странами и институтами, которые препятствуют эффективному использованию знаний и компетенций граждан из-за отсутствия прозрачности квалификаций.

Национальная рамка квалификаций Российской Федерации является инструментом взаимосвязи сферы труда и сферы образования и представляет собой обобщенное описание квалификационных уровней, признаваемых на общефедеральном уровне, и основных путей их достижения на территории России [4]. Она представляет собой таблицу характеристик (или дескрипторов)

квалификационных уровней, раскрытых через ряд обобщенных показателей. Данные дескрипторы и есть те результаты обучения, которые формируют общие характеристики квалификации. Аналогично Европейской рамке квалификаций, в НРК включены дескрипторы общей компетенции, умений и знаний, которые раскрываются через соответствующие показатели профессиональной деятельности: широту полномочий и ответственность, сложность деятельности, наукоемкость деятельности. Рамка является составной частью и основой разработки Национальной системы квалификаций Российской Федерации, а также базой для создания отраслевых квалификационных рамок, обеспечивая тем самым межотраслевую сопоставимость квалификаций [5].

Национальная рамка квалификаций позволяет:

- формировать общую стратегию развития рынка труда и системы образования, в том числе планировать различные траектории образования, ведущие к получению конкретной квалификации, повышению квалификационного уровня, карьерному росту;
- описывать с единых позиций требования к квалификации работников и выпускников при разработке профессиональных и образовательных стандартов;
- разрабатывать процедуры оценки результатов образования и сертификации квалификаций, формировать систему сертификатов;
- создавать отраслевые квалификационные и тарифные системы.

Чтобы выполнять свое предназначение, рамка квалификаций должна быть поддержана системой соответствующих сертификатов, подтверждающих освоение единиц квалификаций и целостных квалификаций. Кроме того, национальная рамка квалификаций должна быть обеспечена механизмами правового и институционального регулирования спроса на квалификации работников со стороны рынка труда и предложения квалификаций со стороны системы образования и обучения, включая систему обеспечения качества квалификаций и институциональные процедуры признания и сертификации квалификаций. Эти механизмы составляют национальную систему квалификаций.

Национальная система квалификаций (НСК) является средством согласования спроса на квалификации работников со стороны работодателей (рынка труда) на основе настоящих и перспективных требований рынка труда, сформулированных в терминах таких критериев, как характер знаний, умений и компетенций, и предложения квалификаций со стороны системы образования и обучения. Это согласование осуществляется на основе эффективных механизмов правового и институционального регулирования взаимодействия профессионального образования и рынка труда. Создание НСК обусловлено объективной необходимостью, а именно, серьезным качественным разрывом между спросом и предложением рабочей силы.

Одной из ключевых на сегодня целей создания профессиональных стандартов является обеспечение институционального и инфраструктурного развития Национальной системы квалификаций (и компетенций) и ее компонент. Для конкретизации указанной цели стоит показать значимость профессионального стандарта для национальной системы квалификаций:

- Профессиональный стандарт согласно определению Трудового Кодекса представляет собой характеристику квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности. В частности он содержит описание

трудовых функций, которые на практике являются предметом трудового договора.

- Уровни квалификаций трудовых функций профессионального стандарта определяются в соответствии с проектом Национальной рамки квалификаций [4] (официальное название – «Рамка квалификаций в целях подготовки профессионального стандарта»), которая может использоваться не только для систематизации квалификационных уровней, но и для ранжирования минимального уровня зарплаты, определения базовых требований к образованию.
- В планах Минтруда, закрепленных Постановлением Правительства РФ (а также в составе мероприятий дорожной карты по созданию национальной системы компетенций и квалификаций [1]) содержится задача постепенной замены устаревших квалификационных справочников (Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих (ЕКС), Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих (ЕТКС)) на профессионального стандарта, что приведет к их условно-обязательному соблюдению кадровыми службами предприятий.
- Создаваемые Центры оценки и сертификации квалификаций будут использовать профессионального стандарта и их нормативное обеспечение как основной инструмент для формального подтверждения квалификаций и компетенций сотрудников.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что существует тесная взаимосвязь между профессиональными стандартами и квалификациями. Уровни квалификации применяются при разработке профессиональных стандартов, а профессиональные стандарты в свою очередь являются основой для создания национальной рамки квалификаций. Рамка квалификаций при этом создает основу для систематизации и признания результатов большого разнообразия возможностей обучения [2] и формирует основу для повышения качества, доступности, взаимосвязи и признания квалификаций в обществе или на рынке труда, как на национальном, так и на международном уровне.

Литература

1. Дорожная карта "Создание Национальной системы компетенций и квалификаций" (НСКК) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://asi.ru/upload/iblock/ee7/dk_14-11-2012.pdf
2. Митрофанова Е.А., Митрофанова А.Е. Методический подход к использованию профессиональных стандартов в образовательной среде // Вестник университета (ГУУ). 2015. № 12. С. 307-313.
3. Приказ Минтруда России № 148н от 12 апр. 2013 г. «Об утверждении уровней квалификации в целях разработки проектов профессиональных стандартов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rosmintrud.ru/docs/mintrud/orders/48>
4. Проект Национальной рамки квалификаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nark.ru/natsionalnaya-ramka-kvalifikatsij/>
5. Разработка секторальных рамок квалификации: методология и практика: монография / под. общ. ред. Е.А. Митрофановой, В.Я. Афанасьева, С.В. Чернышенко. М.: Издательский дом ГУУ, 2015. 234 с.

А.Д. Межевов
д-р экон. наук, проф.
Г.А. Зайцева
магистрант
(ГУУ, г. Москва)

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ КАК УСЛОВИЕ РОСТА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИКИ ТРУДА

Эффективное функционирование организации, обеспечение конкурентоспособности выпускаемой продукции или оказываемых услуг зависит от результативной связанной деятельности каждого сектора – производства, финансов, материально-технического обеспечения, маркетинга и персонала.

Персонал является одним из наиболее сложных объектов управления в организации, поскольку в отличие от материальных факторов производства персонал обладает возможностью принимать решения и критически оценивать предъявляемые к ним требования. Практикой доказано, что именно персонал является одним из важнейших факторов, создающих социально-экономические и организационно-технические предпосылки для обеспечения целей организации

Экономические реформы, которые проводятся в России, значительно изменили статус организации как основного звена экономики. В связи с этим меняются отношения между руководителями организаций, между руководителями и подчиненными, между всеми работниками внутри организации, меняется и отношение к персоналу организаций. Качество управления персоналом становится важнейшим фактором, определяющим выживание организаций в условиях рыночной конкуренции. Эффективность работы организации и ее подразделений в значительной степени зависят от того, насколько качественно была организована система управлением персоналом.

Управление персоналом (от английского слова Human Resource Management или HRM) – область знаний и практической деятельности, направленная на обеспечение организации качественным персоналом, способным выполнять возложенные на него трудовые функции и оптимальное его использование. Управление персоналом принято анализировать в трех аспектах:

1. В качестве элемента управления организацией.

Управление персоналом заключается в деятельности по обеспечению потребностей организации (текущих и перспективных) в работниках всех категорий. Субъекты управления персоналом – все категории работников, и в этом контексте можно говорить о самоуправляемости персонала.

2. В качестве управления основными факторами производства – трудом, отличающимся от материальных и финансовых факторов своей живой природой, системностью, активностью, способностью к развитию потенциала и обладающим всеми свойствами живых систем.

Управление персоналом – это управление людьми: личностями, группами, коллективами, командами. Объектом управления могут являться работники организации, наряду с этим выступающие и как субъекты, а предметом – трудовое поведение сотрудников и групп и определяющие его факторы – личностные, социальные, экономические, нравственные.

3. В качестве комплексной прикладной науки об организационно – экономических, административно – управленческих, технико – технологических, правовых, групповых и личностных факторах, способах и методах воздействия на персонал организации для повышения эффективности в достижении целей организации.

Главной целью управления персоналом следует считать экономическое и социальное развитие предприятия. Можно выделить четыре направления цели управления коллективом:

- **экономические** (получение прибыли от реализации продукции или услуг);
- **научно-технические** (обеспечение заданного научно-технического уровня продукции и разработок, а также повышение производительности труда за счет совершенствования технологии, мотивации сотрудников);
- **производственно-коммерческие** (производство и реализация продукции, услуг в заданном объеме, с заданной ритмичностью, обеспечивающие экономическую цель договорные обязательства, госзаказы);
- **социальные** (достижение заданной степени удовлетворения социальных потребностей работников).

При решении вопросов роста организации, целью управления персоналом заключается в создании гибких механизмов управления, позволяющих быстро адаптировать персонал к новым условиям деятельности, сохранить и пополнить команду единомышленников новыми сотрудниками.

Цели управления персоналом в организации должны одновременно решать вопросы потребностей персонала и способствовать росту экономического благополучия. В зависимости от того, насколько руководству организации удастся совместить эти направленности и избежать противостояния интересов, в итоге зависит эффективность работы всей организации.

Для достижения указанных выше целей, следует решить ряд взаимосвязанных задач. К числу основных задач управления персоналом относят:

- Обеспечение организации квалифицированными и заинтересованными сотрудниками.
- Эффективное применение мастерства и навыка персонала.
- Улучшение систем мотивации.
- Повышение уровня удовлетворенности трудом.
- Формирование систем повышения квалификации и профессионального образования.
- Сохранение благоприятного климата.
- Планирование карьеры сотрудников, продвижение их по службе, как вертикальное, так и горизонтальное.
- Улучшение методов оценки деятельности работников.
- Обеспечение высокого уровня условий труда и качество жизни в целом.

Выделим наиболее общие задачи управления персоналом:

- обеспечение кадрами;
- эффективное использование кадров;
- профессиональное и социальное развитие кадров.

Функции управления персоналом представляют собой основные направления этого рода деятельности, ориентированные на удовлетворение определенных потребностей предприятия.

Для оценки эффективности деятельности по управлению персоналом используют различные методы и приемы. Результаты оценки являются индикаторами, которые отражают основные проблемы персонала, такие как: качество выполняемой работы, удовлетворенность работников, исполнительская дисциплина, текучесть кадров и т.д.

Основные критерии оценки эффективности управления персоналом могут быть сгруппированы по показателям: экономической эффективности; уровню удовлетворенности работников; обучением; оплатой (мотивацией) труда; продвижением по службе (карьерой); условиями труда.

К косвенным критериям эффективности персоналом можно отнести показатели текучести персонала; невыходы на работу; качество труда; количество жалоб; безопасность труда.

Руководство каждой компании отдает предпочтение одному из подходов, на котором строится работа с кадрами.

Классический подход – это управление кадрами, целью которого является наиболее рациональное и эффективное управление человеческим потенциалом предприятия для обеспечения целей и задач, стоящих перед организацией. Иным подходом является гуманистический, включающий в себя такие концепции, как управление человеческими ресурсами, теория человеческого капитала, управление человеческим фактором и некоторые другие. При технократическом же подходе стимулирование сотрудников строится в основном на удовлетворении первичных потребностей, таких как материальная заинтересованность, уверенность в завтрашнем дне и чувство коллективизма.

Для современного периода характерно также нестабильное состояние отечественной экономики. Перед исследователями в сфере наук о труде и персонале появились принципиально новые проблемы, требующие своего осознания:

1. Кризисное состояние экономики, которое «...многими авторами оценивается как кризис труда»¹.

2. Наличие настоящего рынка труда, и как результат – образование новых отношений между сотрудником и руководством, существенные различия в оплате труда по отраслям и регионам, маркетинг персонала, конкурсный отбор, обработка принципиально новой для кадровых служб информации в форме резюме, появление новых форм работы с непосредственными претендентами на вакантные рабочие места, например, собеседование.

3. Модификация профессионально – квалификационных требований к сотрудникам кадровых служб.

4. Заработная плата полностью зависит от состояния рынка труда, например, от качества рабочей силы, уровня востребованности определенных профессионально – квалификационных групп работников в определенный период времени.

5. Корректировка дохода. В настоящий момент, помимо заработной платы, рассматривается дополнительный доход, как вариант, интенсивность, стимулирование, которые учитываются при общем анализе доходов сотрудников.

6. Кардинально новые формы оценки деятельности персонала, организованные на использовании объективных методов и свободные от какой бы то ни было идеологической направленности.

¹ Винокуров М.А., Озерникова Т.Г. Проблемы "внутренней" и "внешней" мотивации к труду. Иркутск: ИГЭА, 2012.

7. Нужда организации в наиболее квалифицированных сотрудниках. Для обеспечения их высокого профессионального уровня требуются эффективные обучающие программы и совершенствованные алгоритмы планирования персонала.

8. Наиболее интенсивное развитие персонала, в том числе, его карьерный рост. Это обуславливается интенсификацией труда и постоянным обновлением сопутствующих технологий; сокращением пенсионного возраста; отрицательными результатами демографической ситуации в связи с понижением естественного прироста населения.

9. Увеличение роли использования компьютерных технологий в решение управленческих задач, включая управление кадрами.

10. Видоизменение качественного содержания традиционно решаемых задач управления персоналом.

11. Модификация организационной структуры организации, а также принципиально новый подход к пониманию рабочего места, что тянет за собой проблемы контроля и оценки деятельности персонала.

12. Видоизменение взаимоотношений организаций между собой, в том числе с учетом участия зарубежных организаций.

13. Приостановить существование централизованных методических центров, занимающиеся подготовкой соответствующих требуемых материалов по возможным проблемам управления персоналом и управлению кадрами. В результате чего абсолютно все вопросы методического характера по управлению кадрами располагаются у кадровых служб отдельных организаций, опуская регламентационные материалы законодательного назначения и отдельные материалы отраслевого уровня.

В то же время, в связи с модификацией роли и места сотрудника в производственной системе, возникло новое направление исследований о труде и персонале – управление персоналом, к которому принято относить «...проблемы планирования численности, отбора, обучения и аттестации персонала, мотивации труда, стилей управления, взаимоотношений в трудовом коллективе, процедур управления»¹.

Некоторые зарубежные авторы вопросы управления персоналом выделяют в самостоятельный раздел в рамках темы «Обеспечение эффективности деятельности организации». В этом месте процесс управления персоналом распадается на этапы в зависимости от направлений и задач, указанные в других источниках. При этом под этапами понимаются:

- 1) планирование трудовых ресурсов;
- 2) набор персонала;
- 3) отбор персонала;
- 4) определение заработной платы и льгот;
- 5) профориентация и адаптация;
- 6) обучение персонала;
- 7) оценка труда;
- 8) перемещения персонала;
- 9) продвижение по служебной лестнице.

Литература

1. Винокуров М.А., Озерникова Т.Г. Проблемы "внутренней" и "внешней" мотивации к труду. Иркутск: ИГЭА, 2012.

¹ Румянцева З.П., Саломатин Н.А., Акбердин Р.З. и др. Менеджмент организации. М.: Инфра-М, 2002.

2. Ивановская Л.В., Митрофанова Б.А., Свистунов В.М. Управление персоналом: теория и практика. Организация, нормирование и регламентация труда персонала. М.: Проспект, 2012.

3. Кибанов А.Я., Баткаева И.А., Митрофанова Е.А., Ловчева М.В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. М.: Инфра-М, 2010.

4. Митрофанова А.Е. Разработка методики управления кадровыми рисками в системе управления персоналом организации // Наукоедение. 2013.

5. Румянцева З.П. Общее управление организацией: теория и практика. М.: Инфра-М, 2011.

6. Управление персоналом организации / под ред. Кибанова А.Я. 4-е изд., доп. и перераб. М., 2010.

А.Д. Межевов

д-р экон. наук, проф.

А.В. Королева

магистрант

(ГУУ, г. Москва)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА В ООО "ТРАНСТРЕЙДИНВЕСТ СЕРТИФИКАЦИЯ"

Оплата труда – важнейший из факторов, влияющих на готовность сотрудников к результативной работе и одновременно существенный фактор издержек. Именно поэтому передовые компании решают проблему системы оплаты и формируют ее по возможности таким образом, чтобы она:

- поддерживала расходы на персонал, на уровне приемлемых экономических показателей;
- способствовала мотивации персонала;
- была инструментом управления действиями работников в достижении ими целей предприятия.

Материальное вознаграждение персонала напрямую связано с затратами труда и представляет собой различные системы оценки их деятельности. Под материальным вознаграждением персонала понимают все затраты, которые несет работодатель на основе трудового соглашения [2].

Одной из эффективных систем стимулирования труда менеджеров по продажам являются дополнительные выплаты – премии, бонусы и др. Премии и надбавки вводятся для стимулирования добросовестного отношения к труду, повышения качества продукции и эффективности производства.

В настоящее время получают развитие новые системы материальной мотивации: участие в результатах работы организации; участие в распределении прибыли; участие в капитале; плату за знания и компетенции [3].

Бонусы и премии должны выплачиваться в компании на основе объективно измеренных индивидуальных и коллективных достижений. Традиционная система «оклад + фиксированная премия» (процент от оклада) не дает результатов, поскольку формальный подход консервирует иждивенческие настроения [1].

Сотрудники должны точно знать, при каких условиях они получают бонус, премию и как рассчитывается величина полагающихся им вознаграждений.

Система оплаты труда в компании ООО «ТрансТрейдИнвест Сертификация» организована в соответствии со отраслевой спецификой и структурой предприятия. Численность работников, определенная действующим штатным расписанием, составляет 20 человек.

Формы, системы и размер оплаты труда персонала компании, а также другие виды их доходов устанавливаются в трудовом договоре в соответствии с действующим законодательством и результатами хозяйственной деятельности компании. Компания обеспечивает гарантированный законом минимальный размер оплаты труда, условия труда и меры социальной защиты работников.

В компании ООО «ТрансТрейдИнвест Сертификация» действует комбинированная оплата – ставка + процент.

В соответствии с коллективным и трудовыми договорами менеджеры по продажам получают зарплату, складывающуюся из:

- фиксированного оклада в размере 20 000 руб.;
- переменной части, составляющей процент от объема продаж конкретного менеджера за соответствующий месяц, а именно:
 - 10% до 150 000 руб.;
 - 15% от 150 000 до 250 000 руб.;
 - 20% от 250 000 рублей и выше.

Такая схема совмещения обеспечивает не только некоторые преимущества, но несет в себе и недостатки.

Компания может управлять эффективностью работы персонала, разъясняя им, за что конкретно выплачивается поощрительный компонент в виде комиссионных обеспечивающий рост производительности труда.

Компонент твердого оклада не привязан к итоговым результатам, следовательно, работодатель частично снижает ценность выплачиваемого вознаграждения.

Предложения по совершенствованию системы оплаты труда, за счет повышения материальной заинтересованности персонала:

- Ввести новую систему премирования. Процент премии должен быть не один на всех работников, а различный в зависимости от качества выполнения должностных обязанностей. Повышенный % премии предлагается ввести менеджерам по продажам, увязав его с % индивидуальных продаж.
- Ввести систему бонусов по итогам работы отчетного периода.

Предполагается, что премии будут выплачиваться из чистой прибыли:

Административно – управленческий персонал (бухгалтерия и руководство) премировать за результаты работы ООО «ТрансТрейдИнвест Сертификация», положительную финансовую отчетность, организацию и проведение семинаров по повышению квалификации персонала.

Менеджеры по продажам будут премироваться за выполнение и перевыполнение плана реализации продукции и рентабельности. Оплата их труда осуществляется по повременно-премиальной системе. Эта система представляет собой оплату по установленным окладам, дополненную премированием за достигнутые в работе определенные показатели.

Также предлагается усовершенствовать стимулирующую часть заработной платы, а именно:

- установить надбавки за высокое профессиональное мастерство, квалификацию сотрудникам ООО «ТрансТрейдИнвест Сертификация». При оплате за квалификацию надбавка сотрудника привязана не к работе, а к имеющимся навыкам. Для повышения зарплаты

сотруднику, необходимо, чтобы он предоставил документ подтверждающий наличие у него знаний и навыков, необходимых для выполнения работы;

- доплаты за непрерывный стаж работы на предприятии, которые устанавливаются к основной заработной плате:
 - свыше 1-3 лет 10%;
 - свыше 3-5 лет 15%;
 - свыше 5-10 лет 20%;
 - свыше 10 лет 30%.

Чем дольше сотрудник работаете, тем больше он получает.

В современных условиях усиления конкуренции, успех организаций во многом зависит от способности их руководителей и персонала к освоению новых методов управления. Понятие должности как постоянного, узкоспециализированного места работы устаревает вместе с представлением об организации как иерархии должностей. От сотрудников организации требуется не только способность выполнять должностные функции, но и делать то, что не предусмотрено должностной инструкцией, но необходимо организации в данный момент. Особое значение имеет наличие у сотрудника разносторонних профессиональных навыков и способности приобретать эти навыки.

Отмеченные выше изменения вызвали в последнее время быстрое распространение систем заработной платы, называемых платой за знания. основополагающим принципом этой системы является вознаграждение персонала за овладение дополнительными навыками или знаниями, а не только за вклад в достижение целей компании (основной принцип традиционной системы). В компаниях, использующих систему платы за знания, нормальными являются ситуации, когда высокообразованные и квалифицированные работники, занимающие низшие ступени в иерархии, получают более высокую заработную плату, чем стоящие выше их узкие специалисты.

Литература

1. Бабаев Б.Д., Карякин А., Терехова Н.Р. Оплата труда на предприятии: вопросы теории и практики: учебное пособие. Иваново: ИГЭУ, 2002. 261 с.
2. Ветлужских Е. Мотивация и оплата труда: Инструменты. Методики. Практика. М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. 149 с.
3. Кибанов А.Я., Баткаева И.А., Митрофанова Е.А., Ловчева М.В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник. М.: ИНФРА-М, 2010. 524 с.

Е.А. Митрофанова
д-р экон. наук, проф.
А.Е. Митрофанова
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

ИНТЕГРАЦИЯ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Новая экономическая парадигма характеризуется ориентацией на скорость, инновации, качество и степень удовлетворенности клиентов. При

этом суть конкурентного преимущества любой организации в современных условиях заключается в смещении акцента с материальных активов на нематериальные. Основное внимание направлено на развитие человеческого капитала и его эффективную связь с общей стратегией организации.

Чтобы обеспечить реализацию новых требований, необходимо изменить всю систему измерения вклада управления персоналом в успех организации, а также архитектуру системы управления персоналом. HR-показатели представляют собой систему оценки для пересмотра роли управления персоналом как стратегического партнера [3].

Таким образом, принципиально важно разработать систему измерения, которая позволяет проверить гипотезу о том, что HR-показатели, показатели степени удовлетворенности клиентов и финансовые показатели связаны между собой. Другими словами, необходимо разработать инструменты, демонстрирующие вклад управления персоналом в реализацию стратегии организации.

Для решения этой задачи требуется, во-первых, показать, каким способом создается стоимость в организации; во-вторых, уточнить, какие критерии оценки эффективности определяют процесс реализации стратегии. Сказанное выдвигает перед менеджментом организации задачу разработки ключевых показателей оценки организационной стратегии. На эти вопросы дает ответ сбалансированная система показателей (ССП) как важный инструмент оценки. СПП учитывает важность материальных и нематериальных активов, финансовых и нефинансовых показателей; показывает сложные причинно-следственные связи между клиентами, внутренними процессами, финансовыми ресурсами, заинтересованными сторонами, инфраструктурой организации, общественностью, подчеркивает важное различие между запаздывающими и опережающими индикаторами, а также беспрецедентным образом интегрирует управление персоналом в систему ключевых факторов успеха организации.

Многочисленные исследования зарубежных авторов убедительно доказывают, что организации с эффективными системами управления персоналом более конкурентоспособны в рыночных условиях, что обуславливает актуальность рассмотрения и оценки персонала в качестве важнейшего стратегического актива организации. Решение этой весьма сложной задачи оценки нематериального актива возможно с помощью использования сбалансированной системы HR-показателей, которая обладает надежной базой измерения стратегии и обеспечивает оценку причинно-следственных взаимосвязей функций управления персоналом, деятельности организации, инвестиций в персонал с общей стратегией организации.

Задача обоснования и оценки стратегической роли управления персоналом обуславливает особенности технологии построения сбалансированной системы HR-показателей, включающей ряд этапов

1 этап. Определение стратегических целей в области управления персоналом.

Важная задача данного этапа – выбор перспектив, являющихся стратегически важными сферами, в которых организация стремится достигнуть результатов. Согласно авторам концепции СПП Р. Нортону и Д. Каплану [1] выделяются следующие перспективы: финансы, клиенты, внутренние бизнес-процессы, обучение и развитие.

Каждая из перспектив развития организации должна быть связана со стратегическими целями, которые описываются определенными результатами.

2 этап. Обоснование причинно-следственных связей между стратегическими целями, разработка стратегической карты управления персоналом.

Необходимо отметить, что первый этап уточняет стратегию организации и определяет пути ее реализации, для чего необходимо иметь четкое представление о цепочке создания стоимости, которая является комплексным набором взаимодействующих результатов, создающих ценность для клиентов. В ССП учитывается данное обстоятельство и создается стратегическая карта, где четко показываются причинно-следственные связи в цепочке создания стоимости.

В процессе создания стратегической карты в области управления персоналом необходимо решить следующие задачи:

- выделить в общей системе целей критические стратегические цели;
- определить ключевые показатели деятельности (англ. Key Performance Indicators, KPI) для каждой цели;
- предложить показатели измерения прогресса для достижения этих целей;
- определить препятствия для достижения каждой цели;
- оценить вклад каждого сотрудника в достижение стратегических целей.

В ходе решения данных задач генерируется значительный объем информации о том, каким образом управление персоналом вносит свой вклад в успех организации.

3 этап. Выбор ключевых показателей деятельности и определение их целевых значений.

После того, как установлены стратегические цели, могут быть определены ключевые показатели деятельности (KPI).

KPI представляют собой измерители степени достижения стратегической цели. С помощью KPI конкретизируется разработанная система стратегических целей и обеспечивается их измеримость.

С целью эффективного использования KPI в ССП необходимо следовать следующим принципам [2]:

- адресность – каждый KPI измеряет эффективность конкретного сотрудника или подразделения;
- стратегическая ориентированность – KPI всегда привязаны к корпоративным стратегическим целям;
- достижимость – KPI должны быть достижимы как и стратегические цели, причем вероятность их достижения должна составлять не менее 70-80%;
- действенность и управляемость – KPI определяются на основе актуальных данных, что создает возможность пользователям своевременно вмешиваться в процессы для улучшения результатов работы;
- ограниченность – KPI должны фокусировать внимание и усилия сотрудников на достижении нескольких высокоприоритетных задач, а не рассеивать их на слишком многие предметы;
- понятность – KPI должны быть легко воспринимаемыми любым сотрудником;
- сбалансированность и взаимосвязанность – KPI должны быть сбалансированы и «поддерживать» друг друга, а не конфликтовать друг с другом;

- инициирование изменений – KPI должны вызывать в организации цепную реакцию положительных изменений;
- простота измерения – KPI работают в процессном контексте, в котором используются целевые и пороговые значения, и сотрудники (или руководители) должны иметь возможность время от времени количественно оценивать прогресс;
- стимулирующий эффект – KPI должны лежать в основе системы стимулирования персонала и, соответственно, учитывать мотивы деятельности работника;
- релевантность – KPI должны быть актуальными для организации в настоящий момент, поэтому их следует периодически пересматривать и актуализировать.

4 этап. Определение стратегических инициатив

Стратегические инициативы – это все мероприятия, проекты, программы, которые реализуются для достижения стратегических целей управления персоналом.

Распределение задач управления персоналом по целям ССП создает ясность в понимании того, какой вклад вносит то или иное мероприятие в достижение стратегических целей. Если мероприятия в области управления персоналом не вносят значительного вклада в достижение стратегических целей, их следует рассмотреть на предмет, какой вклад они вносят в достижение оперативных целей. Если то или иное стратегическое мероприятие не вносит существенного вклада в достижение оперативных целей, то необходимость его реализации крайне сомнительна.

При формулировании и мобилизации инициатив в области управления персоналом можно использовать методы, предложенные Р. Нортоном и Д. Капланом: программы «недостающего показателя»; программы постоянного совершенствования, основанные на темпах изменений; программы стратегических инициатив, связанные с радикальным усовершенствованием ключевых факторов достижения результатов (реструктуризация).

5 этап. Реализация стратегии с помощью использования системы HR-показателей.

Сбалансированная система HR-показателей не только позволяет оценить влияние управления персоналом на деятельность организации, но и помогает выявить, какие шаги в области управления персоналом необходимо предпринять для поддержания человеческого ресурса в качестве стратегического актива организации. Для каждого сотрудника ССП дает возможность глубже вникнуть в причины успеха и неудач. Реализация стратегии с помощью сбалансированной системы HR-показателей требует гибкости, а также постоянного мониторинга и переосмысления роли управления персоналом в реализации стратегических целей организации.

Сбалансированная система HR-показателей имеет следующие достоинства:

1. Акцент на различие между HR-целями и действиями. В сбалансированной системе HR-показателей четко дифференцируются показатели, влияющие на реализацию стратегии, и оперативные показатели, обязательные для выполнения. Процесс реализации стратегии не будет способствовать выполнению целей организации, пока эта стратегия не оказывает положительного влияния на архитектуру системы управления персоналом и на результаты деятельности персонала, участвующего в реализации стратегии организации. Таким образом сбалансированная система HR-показателей работает как на стратегическом, так и на оперативном уровнях.

2. Баланс между необходимостью контроля затрат на персонал и созданием стоимости. Предполагается, что необходимо всегда контролировать затраты на персонал в организации, и, одновременно, управление персоналом должен выполнять свою стратегическую цель, которая заключается в создании стоимости. Система HR – показателей помогает сбалансировать эти процессы и найти оптимальное решение: снизить расходы, где это уместно, но в то же время защитить инвестиции в нематериальные активы и управление персоналом, обосновывая принятое решение в каждом конкретном случае;

3. Оценка вклада управления персоналом в реализацию стратегии. Кумулятивный эффект от использования сбалансированной системы HR-показателей заключается в оценке вклада управления персоналом в реализацию стратегии организации;

4. Ориентация на стратегическое мышление. Сбалансированная система HR-показателей побуждает персонал сосредоточиться на том, как их решения и действия влияют на успешную реализацию стратегии организации;

5. Гибкость и изменение. Основной характер сбалансированной системы HR-показателей с выделением причинно-следственных связей помогает отказаться от стандартных измерительных систем, которые объективно необходимы для тех процессов, которые не имеют динамического характера. Однако деятельность организации является динамичным явлением, и каждое управленческое решение должно быть принято на основании оценки прошлых и будущих сценариев, что и обеспечивается с помощью системы HR-показателей.

Литература

1. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. 2-е изд., испр. и доп. / пер. с англ. М. Павловой. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. 320 с.

2. Ключков А.К. KPI и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов. М.: Эксмо, 2010. 103 с.

3. Ульрих Д. Эффективное управление персоналом: новая роль HR-менеджера в организации / пер. с англ. М.: Вильямс, 2007. 304 с.

Е.А. Никейцева
студент
(ГУУ, г. Москва)

ОСОБЕННОСТИ ОТБОРА ТЕХНИЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА НА ПРОИЗВОДСТВЕ

Сегодня выделяют две группы проблем в сфере обеспечения кадрами технических отраслей, в том числе прорывных проектов в высокотехнологичных отраслях. К первой относятся системные проблемы: дефицит кадров и демотивация, отсутствие интереса к инженерным специальностям. Вторая группа проблем – разрозненность субъектов управления, недостаточное сотрудничество по кадровой проблематике и отсутствие механизма определения спроса и предложения кадров в промышленном секторе [6, 8]. Кадровые службы предприятий промышленного сектора стремятся привлечь в организацию как можно больше соискателей, удовлетворяющих возросшим

требованиям, более ответственно подходят к подбору технических специалистов.

Создание эффективной процедуры найма – задача первой необходимости для любой организации. Первым, кто решил научно обосновать проблему отбора кадров, были американский ученый Парсонс и известный немецкий психолог Мюнстерберг. Но кардинальные изменения в системе отбора персонала стали возможны только к 20-м годам двадцатого века. В эти годы широко распространяется учение Тейлора о научной организации труда. В сфере кадровой политики Тейлор особое внимание уделял созданию специальной системы поиска и отбора персонала, а также оценке деятельности руководителя соответственно занимаемой должности. Наиболее развитые державы (США, Германия, Франция и т.д.) использовали систему Тейлора, а также активно разрабатывали свои собственные системы отбора кадров [5, 11]. Наиболее известными отечественными исследователями в этой области являются Кибанов А.Я., Дятлов В.А, Магура М.И, Травин В.В. и др.

До 60-х годов в вопросах найма и отбора персонала ориентировались лишь на текущие потребности предприятия. При таком подходе работодатель рассчитывал получить в любой момент необходимое ему количество работников, для использования которых не требуется длительной специальной подготовки. В 70-80 гг. в практике найма и отбора персонала стал применяться систематический анализ перспективных потребностей предприятий и фирм в отдельных категориях персонала [9]. А. Я. Кибанов считает, что «наем на работу – это ряд действий, направленных на привлечение кандидатов, обладающих качествами, необходимыми для достижения целей, поставленных организацией. ... комплекс организационных мероприятий, включающий все этапы набора кадров, а также оценку, отбор кадров и прием сотрудников на работу» [6]. Также отметим суждение, что: «наем персонала – это вид управленческой деятельности, предусматривающий комплекс мероприятий по соблюдению организационно-правовых норм и оказанию психологической поддержки со стороны администрации при оформлении работника на рабочее место в организацию» [10].

Как известно, поиск кандидатов включает процесс отбора. Данный процесс представляет собой взаимосвязанные методы оценки кандидатов. Среди таких методов выделяют анализ анкетных данных, собеседование, тестирование и другие методы, позволяющие определить соответствует ли кандидат заранее установленным требованиям [1]. Отбор кандидатов является важным этапом в процессе обеспечения предприятия человеческими ресурсами. Поиск технического персонала можно охарактеризовать сложностью оценки профессиональной компетенции кандидатов ввиду узкого профиля требуемых специалистов, кадровым дефицитом квалифицированных работников, а так же высокими требованиями к опыту работы с автоматизированными системами проектирования, моделирования и расчетов и др.

В случае отбора технического персонала не всегда у специалистов по работе с персоналом хватает компетенции, чтобы определить профессиональный уровень кандидата. В этом случае целесообразно формирование конкурсной комиссии. При этом, в комиссию должны входить сотрудники именно данной сферы деятельности, способные разглядеть заложенные в кандидате профессионально важные качества. Для облегчения подбора технических кандидатов рекомендуется создавать квалификационную карту. Это документ описывает основные характеристики, которыми должен обладать сотрудник для успешной работы на производстве [1, 2]. Карта

подготавливается начальником подразделения и работниками службы управления персоналом на основе должностной инструкции и представляет собой набор квалификационных характеристик (общее образование, специальное образование, специальные навыки – знание иностранных языков, владение компьютером, умение рисовать и т.д.), которыми должен обладать «идеальный» сотрудник, занимающий эту должность.

В соответствии с давно устоявшимися принципами основными критериями отбора считаются: образование, опыт, деловые качества, профессионализм, физические характеристики, тип личности кандидата, его потенциальные возможности [3]. При отборе технических специалистов необходимо учитывать данные критерии, отдавая большее предпочтение деловым качествам и профессионализму.

Важным моментом при отборе технического персонала являются источники. Все источники привлечения персонала делятся на внешние и внутренние. В случае найма технически специалистов приоритет отдается внутренним источникам. Служба персонала может разослать во все подразделения информацию об открывшихся вакансиях, известить об этом всех работающих, попросить их порекомендовать на работу своих друзей и знакомых. Еще один способ устранить дефицит технических специалистов – это совмещение профессий. В этих случаях целесообразно использовать и совмещение должностей самими работниками фирмы, но только если исполнитель требуется на короткое время, для выполнения небольшого объема работы.

Внешние источники при наборе технических специалистов могут быть выражены участием предприятия в ярмарках вакансий, сотрудничество с вузами по вопросам трудоустройства. Обращение в кадровые агентства и центры занятости не всегда является продуктивным из-за отсутствия осознания кадровой политики предприятия и организационной культуры.

Во время собеседования целесообразно использовать структурированное интервью. Данный вид в большей степени фокусируется на связанных с работой факторах и предполагает открытые вопросы, требующие глубоких ответов. Помимо этого, позволяет менеджеру понять будущее поведение кандидата в производственных ситуациях [6]. Достаточно большое значение в отборе имеет репутация кандидата, поэтому менеджер по персоналу должен обязательно запрашивать у соискателей письменные рекомендации с предыдущих мест работы. Однако отсутствие рекомендаций конечно не может служить основанием для отказа в приеме на работу.

Наиболее продуктивной технологией отбора таких специалистов можно считать пробные задания. Этот технологический способ включает метод отборочных тестов. Данный метод, активно применяющийся в различных странах, должен быть хорошо организован и соответствовать конкретной системе [4]. У пробных заданий есть много преимуществ. С точки зрения компании, когда пробные задания отражают специфику работы, это обеспечивает проверку опытности и компетентности кандидатов для этой работы еще до трудоустройства. К тому же, пробные задания устойчиво обеспечивают хорошие данные о достоверности. Есть и недостатки: тест, разработанный для одного вида деятельности, может не подходить для других, даже близких видов деятельности; требует высоких уровней затрат, необходимых для выполнения тестов.

Основной целью отбора персонала является получение работников, наиболее хорошо подходящих под стандарты качества работы, выполняемой организацией. Чтобы избежать ошибок при отборе технических специалистов,

необходимо учитывать различные факторы. Совершенствование технологии отбора данного типа персонала следует начать с выбора наиболее эффективных инструментов для каждой конкретной ситуации. Следует тщательно подходить к разработке вопросов для интервью. Некоторые менеджеры по работе с персоналом работают с кадрами одинаково, что совершенно неправильно в случае с техническими специалистами. Ведь грамотно подобранным персонал – это основная составляющая успешного предприятия. Особенно это важно на предприятиях с высокотехнологическим производством.

Литература

1. Базаров Н.Р. Управление персоналом / по ред. Базарова Н.Р., Еремина Б.Л. Библиотека: Центр кадровых технологий XXI века. М.: Юнити-Дана, 2013. 563 с.
2. Батаршева А.В., Лукьянова А.О. Психология управления персоналом: пособие для специалистов, работающих с персоналом / А.В. Батаршева, А.О. Лукьянова. М., 2008. 560 с.
3. Бирюзкова И.В. Кадры управления: подбор и оценка. М.: Экономика, 1998. 264 с.
4. Валиуллина Н.Р. Библиотека: Найм персонала: научно-практическое пособие. М.: Либерей-Библинформ, 2010. 128 с.
5. Дуракова И.Б. Управление персоналом: отбор и найм. Исследование зарубежного опыта. Воронеж: Изд-во Воронежского гос. ун-та, 2006. 78 с.
6. Лукьянова Т.В., Алексеева Т.А. Инновационные кадры в современной экономике // Кадровик. Кадровый менеджмент. 2010. № 5. С. 58-64.
7. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: учебник. М.: ИНФРА-М, 2005. 304 с.
8. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации. Отбор и оценка при найме, аттестация [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. М.: ЭКЗАМЕН, 2003. 334 с.
9. Магура М.И. Основные принципы построения системы отбора кадров // Управление персоналом. 2006. № 11. С. 8-11.
10. Петраков М.А., Большакова А.К. Современные тенденции найма персонала // Молодой ученый. 2014. № 20. С. 371-375.
11. Управление персоналом организации: учебник / под ред. А.Я. Кибанова. М.: ИНФРА-М, 2009. 695 с.

И.А. Романова
канд. пед. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

НАПРАВЛЕНИЯ ИЗУЧЕНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ ЛИЧНОСТИ РАБОТНИКА

В рамках менеджмента человек традиционно рассматривался как своего рода ресурс организации. Функция руководителей в рамках этого подхода – максимально эффективное использование потенциала работника во имя достижения целей организации: обеспечения выживания организации на рынке, роста продаж, производительности труда, обеспечения выигрыша в

конкурентной борьбе. На это и направлены все управленческие решения, критерием эффективности которых являются именно экономические показатели функционирования организаций. При этом многие психологические аспекты проблемы, в частности, эмоции, переживаемые сотрудниками, оставались за рамками анализа и учёта исследователей и практиков. То есть достаточно пренебрежительное отношение к эмоциям как предмету исследований перешло в управление персоналом и организационную психологию из областей-предшественников.

В опубликованной в 1956 г. У. Уитом монография «Организационный человек» (William H. Whyte «The Organization Man»), утверждает, что эффективный бизнесмен – это человек, логически мыслящий, последовательный, принимающий рациональные решения [3]. Эмоции рассматривались в качестве нежелательного, отвлекающего компонента, сопровождающего деятельность. По мнению автора, они должны подавляться либо сублимироваться. Эмоциональность была синонимом слабости и нестабильности, нежелательных для «организационного человека». Кроме того, сами организации были «инкубаторами» соответствующей системы ценностей, когда предпочтение отдавалось холодной рациональности, культивируемой посредством селективного поощрения соответствующих сотрудников и стиля поведения. Долгое время значение эмоционального компонента недооценивалось, но сейчас установлен факт тесного переплетения рационального и эмоционального, взаимной зависимости этих компонентов деятельности. В исследованиях ряда авторов, в частности, Ashforth&Humphrey, 1995; Fineman, 1996. Fineman было показано, что организационная «рациональность» – это миф, далеко не всегда отвечающий действительности. То есть без учёта эмоционального реагирования невозможно понять поведение сотрудника в организации. Более того, в рамках дискуссии проявилась и проблема гендерных дифференциаций эмоций, в соответствии с которой женщины рассматриваются как эмоциональные работники, а мужчины как рациональные.

Несмотря на то, что формально исследования в области организационной психологии не затрагивали сферы эмоций, эта тема не могла быть вообще исключена из области интересов учёных и практиков. Анализ работ, выполненных в этой и смежных областях, позволил выявить несколько направлений, по которым учитывалась эмоциональная сторона работника организации [1].

Первое – исследование эмоционального фона, который формирует у человека сама работа, то есть проблемы удовлетворённости трудом. Лоук (Locke, 1976) подсчитал, что к середине 70-ых гг. прошлого века этой проблеме было посвящено более 3000 статей, хотя в научных работах использовалась терминология типа «аффективный ответ» или «приятные ощущения». Позитивные следствия этой работы заключались в формировании классификации факторов удовлетворённости трудом (Девиса, Герцберга), теории Олдхэма-Хакмана и проч. Которые, впрочем, продолжают относить к мотивационным теориям. Хотя, с другой стороны, такое понимание не противоречит принятым концепциям (в частности, К. Изарда) о том, что эмоции – это мотивационные состояния, которые, помимо прочего, характеризуются экспрессивной стороной. Можно говорить и о том, что идея, постулированная ещё Ч. Дарвином о тесной взаимосвязи эмоций и мотивации, получила свое развитие на новом уровне.

Второе направление изучения эмоций на рабочем месте обусловлено проблемой профессионального стресса, то есть неблагоприятного

психофизиологического состояния, которое формируется у работника в случае превышения требований деятельности ресурсов индивида. Состояние затрагивает и мотивационную, и эмоциональную сторону поведения индивида, выражаясь через такие эмоции, как гнев, напряжённость, фрустрацию, тревогу. Особый интерес в рамках данного направления представляет синдром эмоционального выгорания, то есть состояние, характерное для работников социальных профессий, деятельность которых связана с частыми контактами с другими людьми. Цинизм, как один из симптомов данного состояния, напрямую затрагивает интересы окружающих именно в эмоциональном аспекте.

Третье направление (во многом оно перекликается с предыдущим) – анализ поведения сотрудников в этически противоречивых ситуациях. В связи с этим представляют особый интерес действующие Корпоративные кодексы компаний, регламентирующие правила поведения сотрудников с партнерами, контрагентами, потребителями услуг компании («клиент всегда прав!»), и особенности их эмоционального реагирования. В рамках реализации третьего направления сформирована так называемая концепция «эмоционального труда», которая определяется как усилие и контроль, необходимые для выражения организационно желаемой эмоции. Например, продавцы (менеджеры по залу), стюардессы, работники «рецепшн» должны быть всегда предельно корректными и сдержанными с объектами своей деятельности, даже если это требует невероятных эмоциональных усилий, волевого контроля за поведением. Механизмы подавления отрицательных эмоций и формирования (или внешней демонстрации) положительных представляют важную практическую задачу для исследователей и практиков.

Четвертое направление – изучение взаимосвязи организационного климата в коллективе (в том числе, таких явлений как участие работников в управлении организацией, различные формы психологического давления, социальная помощь и поддержка) с эмоциональными переживаниями работников [2]. Значительная часть исследований посвящена вопросу о том, как организации как сильнейшие институты, задающие культуру, применяя нормативные ожидания и границы установок, формируют образцы приемлемого выражения эмоций работниками. Мерами формирования являются приёмы скрининга, селекции, тренинги персонала, психологическое просвещение, корпоративные награды и поощрения, а также установление ритуалов, ценностей, других символов, внушаемых работнику в качестве культуры организации.

Анализ динамики принятия и реализации управленческих решений с точки зрения формирования эмоций у сотрудников позволяет рассматривать своего рода цепочку событий: управленческое решение – эмоциональное реагирование – состояние здоровья – качество работы. Проблема контроля (управления) эмоциями в организации со стороны тех, кто имеет власть и влияние, предполагает учет не только индивидуально-психологической, но социальной стороны этого феномена, а именно, социальных предпосылок проявления эмоций, зависящих от организационного климата и корпоративной культуры.

Литература

1. Романова И.А. Особенности эмоциональных проявлений в бизнес-организациях современной России // 125 лет Московскому психологическому обществу: Юбилейный сборник РПО: в 4-х томах: Т. 1 / отв. ред. Богоявленская Д.Б., Зинченко Ю.П. М.: МАКС Пресс, 2011. С. 229-231.

2. Рыбников О.Н., Романова И.А. Феномен психологического давления как форма межличностного конфликта на рабочем месте: социально-психологические предпосылки, проявления, последствия // Вестник ГУУ. 2007. С. 125-130.

3. William H. Whyte THE ORGANIZATION MAN. – NewYork: SimonandSchuster, 1956.

Н.В. Санберг
магистрант
(ГУУ, г. Москва)

КОДЕКС КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ КАК ЭЛЕМЕНТ ВНУТРЕННЕЙ КОММУНИКАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ КОМПАНИИ (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ М¹)

Организационная культура, обнаруживая себя на двух уровнях, тесно связывает «визуальные коды, форму одежды, символы, слоганы, церемонии, фирменный стиль» с «ценностями и нормами, образцами поведения, принятыми в компании» [1]. Проектирование и внедрение эффективной организационной культуры [2] определяют «показатели деятельности и долгосрочные перспективы фирмы» [3].

Кодекс корпоративной культуры, формируя единый образ культуры, упорядочивает бизнес-процессы, повышает рыночную и функциональную эффективность компании, стандартизирует ситуации и может являться единым документом, обобщающим составляющие культуры, транслируя сотрудникам ее сущностные особенности.

Для компании М. (основная сфера деятельности – ритейл) создание Кодекса корпоративной культуры приобретает принципиальное значение, поскольку в компании разработан и функционирует обширный пакет корпоративных норм, правил и стандартов, которые, однако, не связаны общей внутренней логикой и не направлены на достижение единой цели. Среди таких локальных нормативных актов следует отметить Кодекс поведения в отношении использования служебной информации, Кодекс делового поведения и этики, Кодекс взаимодействия с бизнес-партнерами, Корпоративный календарь, Рекомендации по внешнему виду сотрудников, изложенные в обучающем курсе для новых сотрудников компании.

Кодекс для компании М. может стать важнейшим инструментом управления культурой, повышая организационную эффективность, влияя на изменения культуры в желательном направлении.

Кроме того, Кодекс организационной культуры с точки зрения теории внутренних коммуникаций способен достаточно определенно очертить цели, задачи, способы, методы и методики, формы и инструменты осуществления коммуникаций, формирования нарративов и их направленности, построения «дороги с двухсторонним движением», уменьшающей дистанцию власти и устраняющую коммуникационные пробки.

Помещенный в систему координат внутренних коммуникаций, Кодекс требует решения обширной парадигмы задач – разработки, верификации, адаптации и внедрения в культуру, информирования, пропаганды и

© Н.В. Санберг, 2016

¹ Руководство компании не дает разрешения на использование ее кейсов и материалов исследований в студенческих учебных работах.

продвижения инструментами PR и GR, которые могут быть решены в рамках масштабного проекта.

Необходимость Кодекса для компании закономерно вытекает из материалов исследования. В апреле 2016 г. проведено исследование организационной культуры М. на основе анкетирования сотрудников (30 респондентов). Анализ полученных результатов и их интерпретация (по методике К. Камерона и Р. Куинна) проходили в два этапа.

На первом этапе предпринималась попытка оценить характер существующей в компании организационной культуры. На втором этапе ставилась задача выяснить, какой должна быть организационная культура по мнению опрошенных. Сравнение диаграмм показало, в какой степени существующая культура соответствует предпочтительной, а также дает возможность определить, в чем именно ее можно изменить для достижения их соответствия друг другу.

Как показала диагностика компании, организационная культура имеет ряд серьезных проблем.

Культура компании М. преимущественно рыночная, с заметно проявляющей себя значительной долей адхократии.

По всей видимости, присущие рыночной культуре ориентация на план, долю рынка, результат ценою напряжений не поддерживаются в коллективе, требующем внимания к человеку. Также очевидно, что заявленная в компании главная ценность – сотрудники – осталась нереализованной. Сотрудникам уделяется внимания меньше, чем им того бы хотелось.

Можно также предположить, что в компании хотели бы меньшего количества перемен, меньшего привлечения новых ресурсов, поскольку персонал в кризис желает ощущать стабильность, с которой он связывает свои личные перспективы. Апробация новых идей (прежде всего, автоматизация) воспринимается не только в качестве личной угрозы, но и в качестве фиксирования проблем в производственной сфере, с которыми компания уже не может справиться традиционными методами, как это она делала прежде (даже в кризис 2008-2009 гг.).

Вместе с тем, уровень установленных правил игры (бюрократии), понятных и ясных процедур, однажды установленного порядка, известной доли консерватизма в работе считается чрезмерно высоким. Можно говорить о некоторой забюрократизированности существующей культуры, поскольку в желательной культуре рыночность преобладает над бюрократией, достигая практически баланса, равновесия.

Рабочая гипотеза: причиной расхождения реальной и желательной культур является стратегическая цель компании – увеличение рыночной доли за счет органического роста. Появляется все большее количество магазинов (заметная часть из которых приобретена в результате сделок M&A 2015 г.). Они как организации находятся в стадии интенсивного роста (в модели И. Адизеса – этап «Давай-давай»), здесь результаты достигаются любой ценой. Отсюда пренебрежение к человеческому фактору.

С точки зрения расхождения в оценке культуры у представителей разных групп выделяется группа менеджеров (30-35 лет), которые в желательной культуре отмечают необходимость еще большей доли рыночности. Совершенно очевидно, что за такой ориентацией на производственные успехи компании стоит система вознаграждения, которая включает в себя, помимо премирования по итогам финансового года, бонусы и опционы.

Открытым остается вопрос, является ли желательная культура по клановому типу препятствием для достижения стратегических целей компании.

Значительная часть магазинов торговых сетей, входящих в компанию, находится в регионах, где сильны личные человеческие связи. Использовать их возможно в целях установления, с одной стороны, хорошего социально-психологического климата в коллективе, а с другой стороны, следует поощрять неформальные коммуникации с покупателями. Кроме того, исторически культура торговых сетей, входящих в состав М., развивалась по закрытому клановому типу. Компании остается лишь наладить систему контроллинга, включая тайного покупателя и систему внезапных проверок, чтобы исключить сговор, направленный на установление собственных «правил игры».

Диагностика выявила и другую группу проблем, тесно связанных с ролью и местом культуры в управлении компанией. Культура удалена от операционной деятельности, ее доля в прибыли никогда не рассматривалась и в материальном выражении не исчислялась. Не проводился замер влияния культуры на достижения требуемого уровня организационной эффективности. Культура удалена от владельцев бизнес-процессов. Отдельные ее элементы используются лишь в качестве инструментов имиджевого и конкурентного позиционирования для внешних аудиторий (в качестве PR-инструментов).

В отсутствие Кодекса методы управления организационной культурой проявляют себя разнонаправленно. Например, отлично разработана система стимулирования, указывая работникам на организационные ценности, зато неочевидны критерии приема на работу, продвижения и увольнения. В компании в полной мере не используется система организационных ритуалов и обрядов – например, отсутствует обряд ухода (нет объявлений по поводу увольнения, нет объяснений по поводу истинных причин увольнения, и, следовательно, не подтверждается «необходимость требуемого поведения» [3]).

При разработке модели управления культурой особое внимание уделено реализации в Кодексе ценностей, паттернов, способов поведения и оценок, измеряемые (количественно или качественно) значения которых определяют План мероприятий по разработке и внедрению Кодекса организационной культуры. Система диагностики культуры, способы оценки соответствия уровню организационной эффективности, стратегический анализ и установленные процедуры выработки управленческих решений формируют План мероприятий с точки зрения операций. Вне ядра модели находятся социально-экономическая, институциональная, корпоративная среда и внешнее окружение компании. Организационная эффективность, корпоративные и стратегические цели компании определяют релевантные стратегии управления культурой, обеспечивающие ее эффективность.

Рекомендован пошаговый алгоритм создания Кодекса корпоративной (организационной) культуры, предложен план мероприятий по разработке и внедрению Кодекса и инструменты оценки влияния Кодекса на достижение требуемого уровня организационной эффективности.

Предлагается из числа персонала и руководителей выделить несколько рабочих групп. Такие группы после проведения установочной сессии, объясняющей правила, сущность, свойства и функции, принципы содержательной части, структуру и критерии оценки, которым должен соответствовать Кодекс, начинают разрабатывать его основные положения и текст. Их работа поощряется материально.

На следующем этапе рекомендуется провести стратегическую сессию по оценке достигнутых результатов творческими группами. Затем, после доработки, публично подводятся итоги конкурса разработок. Подведение итогов конкурса на лучший проект Кодекса корпоративной культуры становится

первым шагом к признанию значения этого документа в деятельности компании. Оценочной комиссии, как представляется, следует рассмотреть степень соответствия зафиксированного в документе типа культуры эталонному целевому типу, степени документализации культуры, подойти к текстам с позиций и других критериев (показателей эффективности организационной культуры).

Следующим шагом рекомендуется доработать Кодекс корпоративной культуры как содержательно, так и текстуально: отредактировать, провести рерайт – проявить текст особенно ярко и выпукло. Текст, который предполагается утверждать у руководства, правильно будет оформить в виде брошюры, смакетированной и сверстанной дизайнерами, работающими с корпоративным стилем газет и буклетов компании. Текст в электронном виде также должен быть набран привычным шрифтом и сверстан с элементами графического дизайна в соответствии с принятым в компании брендбуком.

Утверждать Кодекс корпоративной культуры рекомендуется не только у исполнительного директора, но и у всех, кто с ней так или иначе соприкасается – у членов Наблюдательного совета, Комитета по назначениям и вознаграждениям, Комитета по стратегии. На этом этапе неизбежны внесения изменений и добавлений, редаKTура.

После печати Кодекса (в карманном варианте он должен быть у всех 147 000 сотрудников компании) следует провести ряд корпоративных мероприятий, тесно увязанных с концепцией внутренних коммуникаций (лекций, семинаров, тренингов, публикаций в корпоративной печати, на интрасайте) для внутренних аудиторий, затрагивающих всех без исключения сотрудников. Значение будет иметь и интенсивность мероприятий для внешних аудиторий (презентация Кодекса, пресс-конференция, размещение информации в деловых изданиях, на радио и ТВ, в социальных сетях). Качественность и глубина проникновения пропаганды должны обеспечить принятие идеи о необходимости применения Кодекса в повседневных практиках. Пропаганда должна показывать преимущества, а также реальную, практическую пользу принятия Кодекса на конкретных примерах из жизни подразделений компании, демонстрируя возможности и стимулы к развитию, которые открывает Кодекс для персонала.

Обратная связь может быть установлена через разработку и внедрение методики оценки влияния Кодекса корпоративной культуры на протекание бизнес-процессов и достижения требуемого уровня организационной эффективности. Для этих целей идеально подходят формализованные чек-листы (проверочные листы) и анкеты со шкалой Лайкерта для оценки. Один раз в квартал владельцы бизнес-процессов в качестве экспертов на основании этих простых документов дают результаты исследований, которые могут являться индикаторами состояния организационной культуры и ее влияния на оргэффективность. Вместе с тем результаты могут поставить вопрос и о необходимости коррекции корпоративной культуры, как это происходило не раз в истории бизнес-сообщества. Рекомендуется не реже, чем один раз в полгода, проводить комплексную диагностику культуры.

Оператором проекта по внедрению Кодекса корпоративной культуры могут стать структуры внутренних коммуникаций компании М.

Литература

1. Коновалова В.Г. Управление персоналом: теория и практика. Управление организационной культурой: учебно-практическое пособие / под ред. А.Я. Кибанова. М.: Проспект, 2016. С. 6.

2. Имамбаев Н.В. Правильное формирование «правильной» организационной культуры // Управление компанией. 2004. № 3. С.54-58.
3. Коновалова В.Г. Указ. соч. С. 39.

В.М. Свистунов
д-р экон. наук, проф.
(ГУУ, г. Москва)

РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА КАК ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПОВЫШЕНИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Обобщая взгляды разных авторов [1, 2] на проблему развития персонала, можно сделать вывод о том, что данный процесс связан с последовательным изменением индивидуального и группового состояний персонала организации, в которых выражаются определенные объективные закономерности роста ее потенциала, учитывающие перспективные требования внешней и внутренней среды. Эффективное использование работника возможно только тогда, когда сформирована достаточно гибкая система развития персонала, обеспечивающая рациональное использование различных форм и методов удовлетворения перспективной потребности организации в кадрах требуемой квалификации [3]. Важнейшей объективной характеристикой уровня развития персонала организации является его квалификация. Понятие квалификация сегодня трактуется как степень и вид профессиональной обученности и подготовленности, как уровень опыта, знаний, навыков, необходимых для выполнения конкретного вида работы [1, 4].

В современных условиях развитие персонала представляет собой процесс систематического совершенствования знаний, умений и навыков сотрудников посредством обучения, способствующий повышению его квалификации и эффективности выполнения работы. Результаты развития персонала являются одним из важнейших факторов обеспечения роста эффективности организации в стратегической перспективе. Развитие персонала организации является своеобразным обобщением и расширением понятия обучения, а сам процесс обучения принято определять, как «сознательно проводимую любую деятельность для улучшения способностей персонала, требующихся для выполнения работы в настоящее время, или для развития потенциала сотрудников, необходимого для выполнения работы в будущем» [2].

Каковы сегодня основные причины развития персонала организации? Ответить на поставленный вопрос можно используя результаты анализа целесообразности и содержания процесса развития персонала применительно к современной организации.

1. Любая организация подвержена воздействию изменений окружающей социально-экономической среды и внутренних условий хозяйствования. Вследствие этого требуется перманентное приведение квалификации персонала организации, особенно его управленческого звена, в соответствие изменившимся условиям.

2. При планировании кадровой смены – её объема и структуры необходимо учитывать не только давно работающих в организации сотрудников, но также и начинающих трудиться в данной профессии новичков.

Процессы воспроизводства рабочей силы на внешнем рынке подвержены действию различных факторов, что может привести к перепроизводству работников одной квалификации и недостатку другой, необходимой данной организации. В связи с этим более надежным следует признать внутренний рынок поставки рабочей силы. Этот потенциальный ресурс рабочей силы с необходимой квалификацией может быть создан только через внутренние системы развития персонала.

3. Постоянная готовность организации к успешной конкурентной борьбе и возможность расширения бизнеса во многом определяются квалификацией занятых в ней работников. Исследования показывают, что такая постоянная готовность обеспечивается планомерной работой системы развития персонала. Таким образом, эффективная модель развития персонала является своеобразной гарантией повышения конкурентоспособности организации.

4. Организация, известная на рынке труда своей системой развития персонала, получает дополнительное преимущество при наборе кадров на стороне.

5. Организация, которая способствует развитию собственных кадров, может позволить пригласить к себе на работу таких претендентов, которые еще не имеют требуемой квалификации, но потенциальные возможности, которых достаточны для достижения необходимой квалификации путем соответствующих внутрифирменных мероприятий по обучению персонала (переподготовка, перепрофилирование или повышение квалификации).

6. С позиции современной системной концепции функция развития персонала является составной частью сбалансированной системы стратегического управления организацией и реализует принятую социальную стратегию, направленную на сохранение кадров и повышение производительности труда. В таком понимании система развития персонала организации имеет своей задачей не только покрыть недостаток в кадрах необходимой квалификации, но и стимулировать повышение производительности труда сотрудников, реализуя мероприятия созвучные их личным ожиданиям, профессиональным и карьерным планам.

7. Расходы на создание и поддержание функционирования непрерывной системы развития персонала являются по существу инвестициями в нематериальные активы, которые должны либо повысить доходы, либо понизить будущие затраты. Совокупная квалификация персонала организации является значительным активом, так как будущее всех организаций связано с включением в «экономику, основанную на знаниях». В таких экономических условиях преимущество будет на стороне организаций, обладающих большим квалификационным потенциалом своих сотрудников.

8. Система развития персонала реализует также важную образовательную функцию организации, на которую обращают внимание многие современные экономисты [3]. В современном мире положение человека в широком плане определяется его специальностью и уровнем квалификации, поэтому те, кто намеревается утвердиться в этом обществе, вынужден для приспособления к быстроменяющимся потребностям времени в течение своей трудовой деятельности непрерывно совершенствовать свой профессионализм и квалификацию. Прежние представления о том, что однажды приобретенные знания и навыки достаточны для успешной профессиональной деятельности в течение всей жизни, устарели. Поэтому корпоративные системы развития персонала способствуют сохранению социального статуса человека, а организация, таким образом, осуществляют свою социальную стратегию.

9. Следует обратить внимание и на такой аспект развития персонала, как подготовка кадрового резерва работников организации. Известно, что вследствие недостаточной мобильности трудно бывает приобрести требуемые кадры на рынке труда.

Основная цель развития персонала организации – увеличение совокупного конкурентоспособного потенциала и улучшение качества работы персонала посредством освоения новых знаний, техники и технологии, методов управления, учитывая интересы будущего развития организации. При этом необходимо, чтобы в этом опережении учитывались новые требования и потребности производства, а также согласовывались личные склонности работников, и сохранялась их привлекательность для работодателей. Развитие персонала современной организации призвано обеспечить:

- своевременную адаптацию и приспособление персонала к новым условиям работы;
- углубление и усовершенствование знаний, умений, навыков и поведенческих характеристик персонала, необходимых для успешной работы организации и развития ее конкурентных преимуществ;
- удовлетворение потребностей персонала, связанных с самореализацией и развитием.

Способствуя развитию своего персонала, организация стремится получить уникальные профессиональные кадры, являющиеся одним из основных конкурентных преимуществ любой компании, стремящейся упрочить свои позиции на рынке. Развитие персонала – важнейшая составляющая деятельности организации по управлению персоналом, осуществляемая как совокупность организационно-экономических мероприятий в области обучения персонала, его переподготовки и повышения квалификации. Основная цель данных мероприятий – развитие кадрового потенциала организации. Комплекс элементов, обеспечивающих повышение кадрового потенциала организации в соответствии с её целями и задачами, представляет собой систему развития персонала организации [4]. Обобщая мнение специалистов, занимающихся изучением проблемы развития персонала организации [1, 2, 4], можно выделить следующие основные составляющие системы развития персонала организации:

1. Обучение персонала.
2. Профессиональная адаптация.
3. Работа с кадровым резервом.
4. Служебно-профессиональное продвижение кадров.
5. Планирование и управление деловой карьерой.
6. Мотивация и стимулирование трудового поведения.
7. Оценка работы персонала (включая: аттестацию персонала и оценку кандидатов на вакантную должность).
8. Организация изобретательской и рационализаторской работы
9. Информационное обеспечение системы развития персонала организации.

Развитие персонала является кадрово-экономической функцией организации, реализация которой направлена на содействие в овладении работниками тех профессиональных знаний и умений, которые необходимы им для выполнения настоящих и будущих производственных заданий. Развитие персонала подразумевает и необходимое содействие развитию индивидуальных склонностей и способностей работников с учетом характера деятельности организации, задач укрепления её конкурентоспособности [1].

Современный стратегический подход предполагает организацию процесса развития персонала с учётом стратегических целей организации, предусматривающих достижение, таких социальных целей, как улучшение производственного потенциала персонала в целом и его отдельных представителей. Для реализации задач развития персонала используются разные инструменты, выбор и применение которых зависит от внутренней и внешней информации, которая касается организации, ее профиля, отраслевой принадлежности, положения на рынке, а также её миссии и стратегии.

Результаты анализа современных подходов к проблеме развития персонала организации дают основание понимать под стратегией развития персонала организации совокупность действий и последовательность принимаемых решений, позволяющих оценить, проанализировать и разработать необходимую систему воздействий на персонал для обеспечения достижения им требуемого совокупного конкурентоспособного потенциала с целью реализации выбранной стратегии развития организации. Умелая реализация разработанной стратегии организации во многом зависит от квалификации персонала. Не организация, а её персонал реализуют стратегию. В этой связи исключительно важным является стратегический подход к проблеме развития персонала организации.

Развитие персонала является имманентной (внутренне присущей) функцией системы стратегического управления организации. Выбор той или иной модели развития кадров в значительной степени определяется целями развития персонала, сформулированными в рамках общей стратегии организации, а также в её социальной составляющей. Формулируя цели развития персонала, важно не упустить побудительную ценность данной системы. Побудительная ценность системы развития персонала имеет вес для сотрудника только в том случае, когда её направленность хотя бы отчасти совпадает с его личными целями и профессиональными (карьерными) планами; и при этом сотрудник видит своё будущее в данной организации и идентифицирует себя с ней.

Упомянутые положительные результаты, получаемые организацией по итогам развития своего персонала, не достигаются автоматически. Они возможны только в том случае, если мероприятия по развитию персонала организации, его обучению не являются разрозненным набором методик, распоряжений, программ и не находятся в отрыве от целей и задач организации, а являются составляющими стратегии развития персонала организации. В данном случае стратегия развития персонала организации обеспечивает разработку и реализацию долгосрочных и качественно определённых направлений в работе с персоналом, основной целью которых является разработка состава и последовательности принимаемых решений для обеспечения повышения кадрового потенциала современной организации.

Литература

1. Веснин В.Р. Управление человеческими ресурсами. Теория и практика: учебник. М.: Проспект, 2015. 688 с.
2. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2015. 440 с.
3. Кибанов А.Я., Митрофанова Е.А., Эсаулова И.А. Экономика управления персоналом: учебник / под ред. А.Я. Кибанова. М.: ИНФРА-М, 2013. 427 с.

4. Свистунов В.М. Стратегия управления персоналом как составляющая стратегии развития производственной организации // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2012. № 2. С. 33-37.

С.В. Семенов
студент
(ГУУ, г. Москва)

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАТЕРИАЛЬНОГО ДЕНЕЖНОГО И НЕДЕНЕЖНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА В ПРОЕКТНО-ИЗЫСКАТЕЛЬСКИХ КОМПАНИЯХ

Сегодня мало укомплектовать штат персоналом даже самой высокой квалификации – важно еще сохранить его для успешного функционирования предприятия. Особенно, если изыскательские работы проходят в условиях низких температур, на грани человеческих возможностей, в постоянном напряжении.

Этого требуют современные экономические условия, постоянно возрастающие требования к уровню знаний, умений и навыков современного работника.

Крайний Север – это отдельная графа в истории нашей страны. Наша компания – ООО «Геострой», непосредственно выполняет проектно-изыскательские работы в строительстве и нефтегазодобывающей отрасли в условиях Крайнего Севера.

В условиях современного состояния экономики России, скачков цен на нефть, как никогда остро стоит вопрос стимулирования персонала, поскольку есть актуальные проблемы.

Стимулирование трудовой деятельности – это стремление организации с помощью моральных и материальных средств воздействия побудить работников к труду, его интенсификации, повышению производительности и качества труда для достижения целей организации [1, с. 71].

Разработка системы мотивации – одна из наиболее востребованных сегодня консалтинговых услуг. С одной стороны, такая система должна стимулировать сотрудников к эффективной работе, с другой – быть экономически оправданной.

Система мотивации существует практически на каждом предприятии. Однако с ее помощью многим компаниям не удается добиться желаемых целей: повысить производительность труда, заинтересовать в результатах деятельности компании рядовых сотрудников и т. д. В большинстве случаев причина подобных неудач в том, что система мотивации не учитывает особенностей конкретного предприятия: либо она сделана «по учебникам», либо досталась предприятию из советского прошлого, либо заимствована у компаний-конкурентов, сумевших добиться неплохих результатов. Копируя некоторые фрагменты системы стимулирования персонала, менеджеры не задумываются о том, что система мотивации каждого предприятия должна разрабатываться с учетом его специфики и особенностей персонала.

Система мотивирования всегда зависит от политики компании в области управления персоналом. Разумеется, нужно принимать во внимание системы мотивирования, реализованные конкурентами. От того, насколько ваша

система мотивирования эффективнее системы конкурентов, в частности, будут зависеть текучесть кадров и результативность труда.

Материальное стимулирование – это комплекс различного рода материальных благ, получаемых или присваиваемых персоналом за индивидуальный или групповой вклад в результаты деятельности организации посредством профессионального труда, творческой деятельности и требуемых правил поведения [2, с. 515].

Следовательно, необходима тщательная проработка системы стимулирования с учетом индивидуальных особенностей предприятия. Нужно быть готовым к тому, что это трудоемкий процесс, который потребует немало времени (на крупных предприятиях – несколько месяцев).

Моральное стимулирование трудовой деятельности – это регулирование поведения работника на основе предметов и явлений, отражающих общественное признание, повышающих престиж работника [2, с. 525].

Существует ряд требований, на которые следует ориентироваться при создании системы стимулирования – объективность, предсказуемость, адекватность, своевременность, значимость, справедливость.

Несмотря на простоту и очевидность перечисленных требований, не стоит ими пренебрегать. Как показывает практика, несоблюдение этих требований приводит к нестабильности в коллективе и оказывает сильный демотивирующий эффект. Можно сказать, что это гораздо сильнее сказывается на производительности труда персонала компании, чем отсутствие каких бы то ни было механизмов определения вознаграждения за результаты труда.

Хотелось выделить ряд актуальных проблем материального денежного и неденежного стимулирования персонала в проектно-изыскательских компаниях:

1. Сотрудники считают премии по результатам работы частью своего оклада, значит существующая система стимулирования не ориентирует работников на достижение каких-либо результатов. Премии воспринимаются не как бонус за хорошую работу, а как неотъемлемую часть своего ежемесячного дохода.

2. Руководители компаний не торопятся объединять переменную часть с окладом, поскольку не хотят терять инструмент наказания за возможные провинности. По законодательству работодатель не имеет права «урезать» оклад сотрудника, но вполне может лишить его премии. Подобные наказания чаще всего не носят системного характера и, следовательно, не имеют ничего общего со стимулированием.

3. Система стимулирования имеет завышенные требования, руководство пытается навязать сотрудникам обязательства, за которые они не готовы нести ответственность.

4. Результаты работы сотрудников некоторых подразделений традиционно привязываются к консолидированным бизнес-показателям, при этом зачастую не учитывается влияние на эти показатели деятельности других подразделений.

5. Отсутствует количественная оценка показателей результативности работы персонала.

Способы исправления ошибок

Как правило, попытки быстро исправить ошибки системы стимулирования, направленные на решение выявленных проблем, только усложняют ситуацию. Для качественного изменения ситуации требуются полное или частичное перепроектирование системы стимулирования и повторное ее внедрение. При этом руководители должны быть готовы к тому,

что перепроектирование системы стимулирования – достаточно длительный, сложный и дорогостоящий процесс, требующий неукоснительного соблюдения применяемой методики и обязательной апробации в одном из подразделений. Поэтому приступать к нему следует только после того, как руководители убедились, что правильно понимают причины проблемы и что наносимый проблемой ущерб бизнесу соразмерим с предстоящими временными, финансовыми и трудовыми затратами. Также важно выбрать для «пилотного» внедрения системы подразделения и группы персонала, от которых в наибольшей степени зависит успех бизнеса.

Литература

1. Кибанов А.Я., Баткаева И.А., Митрофанова Е.А., Ловчева М.В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности персонала: учебник. М.: ИНФРА-М, 2010. 524 с. (дата обращения: 25.10.2016).
2. Управление персоналом организации [Электронный ресурс]: учебник / [А.Я. Кибанов и др.]. 4-е изд., доп. и перераб. М.: Инфра-М, 2014. 695 с. (дата обращения: 25.10.2016).

О.В. Соболев
канд. экон. наук
(ГУУ, г. Москва)

ФОРМИРОВАНИЕ КУЛЬТУРЫ ОСОЗНАННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В КОМПАНИИ

Современные российские и западные компании все чаще сталкиваются с проблемой соблюдения работниками норм и правил охраны труда и промышленной безопасности. Большое количество несчастных случаев на производстве, которые ежегодно регистрируются в нашей стране, а также финансовые потери (выплата штрафов и компенсаций, потери из-за простоев оборудования и срывов производственных планов) заставляют руководство организаций обратить пристальное внимание на вопросы охраны труда и осознанного отношения сотрудников к собственной безопасности.

Исследования показали, что наличие в организации всех нормативно-правовых документов по охране труда и создание безопасных условий труда не всегда снижает уровень травматизма. Согласно статистике компании DuPont, источниками травм и происшествий в процессе труда являются опасные условия труда (5%) и опасные действия персонала (95%) [1].

Таким образом, причина высокого уровня травматизма кроется, в том числе, в формальном отношении сотрудников к вопросам собственной безопасности и безопасности производства.

В связи с этим все больше российских и западных компаний стали реализовывать совместные проекты служб управления персоналом и охраны труда, направленные на создание культуры безопасного поведения работников и формировании в их сознании личной заинтересованности в безопасном труде. Эксперты в области управления персоналом и охраны труда часто используют термин «осознанная безопасность». Осознанная безопасность – это осознанное отношение к собственной безопасности в процессе труда,

понимание важности соблюдения норм и правил охраны труда, психологический настрой и мотивация на безопасное поведение.

Целями и задачами проектов по формированию культуры безопасного поведения работников и соблюдение норм и правил охраны труда являются:

1. Снижение уровня травматизма, рисков возникновения аварий и несчастных случаев;
2. Повышение культуры безопасности и мотивации персонала;
3. Развитие компетенций и навыков персонала в области безопасности.

В качестве основных методов по созданию культуры осознанной безопасности в компании используются:

1. Проведение обучающих мероприятий для работников и руководителей (конференции, семинары, тренинги, круглые столы), направленных на формирование установок и отношения сотрудников к охране труда и безопасности.
2. Демонстрация на практике методов работы в соответствии с политикой компании в области охраны и безопасности труда
3. Наставничество ключевых руководителей в области соблюдения инструкций по охране труда и приверженности культуры осознанной безопасности
4. Повышение квалификации специалистов охраны труда и промышленной безопасности
5. Обмен лучшими практиками в области охраны труда и осознанной безопасности среди различных предприятий в формате конференций, круглых столов, экскурсий на производство и т.д.

Для изменения культуры безопасности необходима система мотивации и вовлечения персонала на всех уровнях организации, а также эффективные методы коммуникации. Ответственность за формирование и реализацию политики компании в области мотивации и стимулирования персонала, направленной на поддержание проектов по осознанной безопасности, возлагается на службы управления персоналом. В качестве основных методов по стимулированию безопасного поведения среди работников и руководителей можно выделить:

1. Нематериальное стимулирование: вовлечение, признание, карьерный рост, поощрение, а также система применения дисциплинарных взысканий
2. Материальное стимулирование: система премий и компенсаций, связанных с соблюдением норм охраны труда

Коммуникационная поддержка проектов по формированию культуры осознанной безопасности в компании включает:

- Использование различных средств – газеты, плакаты, информационные стенды и доски, рассылки по электронной почте;
- Проведения собраний трудовых коллективов с участием руководителей, представителей служб управления персоналом и охраны труда;
- Проведение конкурсов и соревнований по соблюдению норм и правил охраны труда;
- Проведение анализа по качеству распространения информации и уровню осведомленности персонала.

Создание культуры осознанной безопасности предполагает организацию и проведения обучения руководителей и работников по проведению поведенческих аудитов соблюдения правил безопасности в процессе труда, наставничеству и лидерству по охране труда. Практика компании DuPont свидетельствует о том, что данные обучающие программы следуют проводить

в комплексе: семинары, примеры из практики и наставничество на рабочем месте.

Проекты по созданию культуры безопасного поведения были успешно реализованы в таких компаниях, как Сибур, Нориский Никель, ЕвроХим, American Airlines, Балтика, Газпром Нефть, РЖД, Илим и т.д. при активном участии руководства и с привлечением внешних консультантов. Сегодня в России лидирующие позиции по разработке и внедрению консалтинговых проектов, связанных с осознанной безопасностью, занимают компании DuPont, Business Relations, BiToBe, ЕХЕСТ Business Training, ЭКОПСИ Консалтинг. Среди экспертов в данной области также можно выделить бизнес-тренера Антон Владимирович Пальчикова и Андрея Матвеева.

Таким образом, формирование культуры осознанной безопасности в компании предполагает совместную работу служб управления персоналом и охраны труда с руководством и сотрудниками с целью изменения менталитета и культуры выполнения работы. Реализация подобных проектов позволяет снизить количество несчастных случаев, повысить вовлеченности сотрудников в мероприятия по охране труда.

Литература

1. DUPONT.RU–Консалтинг и технологии // Официальный сайт компании, URL: <http://www.dupont.ru/products-and-services/consulting-services-process-technologies.html> (дата обращения: 31.10.2016).

Т.В. Сувалова
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ДОКУМЕНТОВ ПО ПРИЕМУ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИЮ

Документирование процедуры приема на работу включает составление и оформление следующих видов документов: трудовой договор, приказ (распоряжение) о приеме на работу, табель учета рабочего времени, личная карточка, документы личного дела, трудовая книжка. Кроме того, вносятся соответствующие записи в учетные формы (журналы, книги): книги регистрации трудовых договоров, книгу регистрации приказов по личному составу, книгу регистрации личных карточек, книгу регистрации личных дел, книгу учета движения трудовых книжек и вкладышей в них.

При заключении трудового договора (согласно ст. 65 ТК РФ) лицо, поступающее на работу, предъявляет работодателю:

- паспорт или иной документ, удостоверяющий личность (свидетельство о рождении, справка из мест лишения свободы, военный билет и др.);
- трудовую книжку, за исключением случаев, когда трудовой договор заключается впервые или работник поступает на работу на условиях совместительства;
- страховое свидетельство государственного пенсионного страхования (лица, поступающие на работу впервые по трудовому договору, страховое свидетельство получают по данному месту работы,

оформление страхового свидетельства возлагается на работодателя);

- документы воинского учета – для военнообязанных и лиц, подлежащих призыву на военную службу (военный билет, удостоверение гражданина, подлежащего призыву на военную службу);
- документ об образовании, о квалификации или наличии специальных знаний – при поступлении на работу, требующую специальных знаний или специальной подготовки.

Согласно ст. 65 ТК РФ запрещается требовать от лица, поступающего на работу, документы помимо предусмотренных Трудовым кодексом, иными федеральными законами, указами Президента Российской Федерации и постановлениями Правительства РФ, кроме отдельных случаев, предусмотренных вышеназванными документами. Например, ТК РФ (ст. 213) предусматривает при поступлении на работу обязательные предварительные медицинские осмотры лиц, которые поступают на тяжелые работы, работы с вредными или опасными условиями труда и работы, связанные с движением транспорта. Согласно ст. 266 ТК РФ на работу могут быть приняты лица, не достигшие возраста восемнадцати лет, также только после прохождения предварительного медицинского осмотра.

В соответствии с Законом «Об основах государственной службы Российской Федерации» поступающий на государственную службу, кроме приведенных выше пяти основных документов, предъявляет также: личное заявление; справку из органов государственной налоговой службы о представлении сведений об имущественном положении; медицинское заключение о состоянии здоровья; другие документы, если это предусмотрено федеральным законом.

Поступающий на службу в таможенные органы согласно закону «О службе в таможенных органах Российской Федерации», по сравнению с требованиями ст. 65 ТК РФ, дополнительно представляет: личное заявление; медицинское заключение о состоянии здоровья; автобиографию; данные о месте рождения, местах работы (учебы) и месте жительства отца, матери, мужа (жены), сына (дочери), родного брата (сестры) или лица, на воспитании которого он находился.

В число исходных документов, связанных с комплектованием персонала того или иного структурного подразделения организации входят: заявка на поиск и отбор кандидатов на вакантную должность, сбор и анализ резюме (анкет-резюме) претендентов, оформление заявления отобранного кандидата о приеме на работу.

Заявка на отбор кандидатов на вакантную должность составляется на основе требований к данной конкретной должности, изложенной в должностной инструкции.

Резюме – сжатая краткая форма о себе, составленная лично претендентом на вакантное место. Личное письменное заявление претендента пишется от руки.

Автобиография – документ, составляемый от руки в произвольной форме самим оформляемым на работу. Целесообразность наличия в составе документов автобиографии объясняется практиками тем, что в ней отдельные периоды трудовой деятельности работника и ряд других частей его биографии раскрываются подробнее, чем в других документах (паспорте, трудовой книжке и т.д.).

Характеристика – официальный документ, который выдает организация по прежнему месту работы претендента на вакантную должность при оформлении на новую работу. Характеристика подготавливается по запросу той организации, куда поступает на работу претендент. В характеристике проводится отзыв о служебной и общественной деятельности работника. Подписывается характеристика руководителем организации и заверяется гербовой печатью. Текст характеристики излагается в форме третьего лица. Первая часть включает анкетные данные, следующие за названием документа, где указываются имя, отчество, фамилия, должность, ученая степень и ученое звание, год рождения, образование. Вторая часть содержит данные о трудовой деятельности (специальность, продолжительность работы на данном предприятии или в организации, сведения о продвижении по службе, уровень профессионального мастерства и т.д.). Третья часть – собственно характеристика, то есть оценка моральных и деловых качеств: отношения к работе, повышение профессионального уровня, участие в жизни коллектива, поведение в быту, отношение к коллегам по работе. Здесь указываются наличие у работника государственных наград и других служебных поощрений. Четвертая часть – заключительная. Она содержит вывод, в котором указывается назначение характеристики. Выдают характеристику работнику на руки или, с его ведома, пересылают в организацию, которые запросили ее.

Близким характеристике по содержанию и назначению документом является рекомендательное письмо. Подготовка рекомендательного письма производится по инициативе кандидата, претендующего на вакантную должность. Письмо не носит официального характера.

Анкета как обязательный документ конкретно не названа в числе документов, предъявляемых при приеме на работу по трудовому договору. Однако, юридический статус анкеты высок: приводимые в ней данные перепроверяются; анкета подписывается не только работником, но и инспектором отдела персонала; анкета заверяется печатью предприятия. Анкета заполняется собственноручно. При отсутствии необходимости в подробных биографических сведениях можно ограничиться составлением личного листка по учету кадров.

Личный листок по учету кадров является документом, содержащим сведения анкетно-биографического характера только о самом работнике. Личный листок составляет основу личного дела работника, и этим объясняется необходимость его оформления при поступлении на работу. Личный листок содержит перечень вопросов о биографических данных, сведения о биографических данных, сведения о выполняемой работе с начала трудовой деятельности, об образовании и другие данные. Поступающий на работу обязан в период работы в организации обо всех последующих изменениях в данных, внесенных в личный листок, сообщать в отдел кадров организации для фиксирования изменений в дополнении в личный листок по учету кадров.

Каждый документ, создаваемый кадровой службой, проходит в процессе его подготовки определенные этапы. Целесообразно унифицировать процедуры прохождения документов в организации в процессе их обработки и закрепить их в Графике документооборота кадровой службы, утверждаемом руководителем организации.

Трудовой договор составляется по форме, разработанной организацией. Внимание кадровиков следует обратить на обязательное наличие в трудовом договоре следующих реквизитов: вид документа (трудовой договор); дата регистрации; регистрационный номер; место составления документа; текст;

реквизиты сторон, т.е. работодателя (организации) и работника, включая личные подписи руководителя организации и работника.

Порядок приема иностранного гражданина на работу зависит от того, какой статус он имеет в Российской Федерации. Если организация нуждается в каком-либо конкретном специалисте, являющемся иностранным гражданином, первое, что ей необходимо выяснить, является ли указанный гражданин законно пребывающим в Российской Федерации вообще, а также каким именно документом подтверждено его право на пребывание в Российской Федерации [1].

Федеральным законом «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации» предусмотрены жесткие ограничения прав иностранных граждан на занятие определенными видами деятельности, а также прав занимать определенные должности (ст. 14). Например, иностранный гражданин не может находиться на государственной или муниципальной службе или быть командиром воздушного судна. Также запрещено принимать иностранных граждан на работу на объекты и в организации, деятельность которых связана с обеспечением безопасности РФ (подпункт 5 п. 1 ст. 14). Кроме этого, организации, желающей принять иностранного гражданина на работу, необходимо учитывать, что посещение иностранными гражданами территорий и объектов с ограниченным доступом возможно только при наличии специального разрешения (п. 1 ст. 11 Федерального закона). Поэтому если организация планирует, что привлекаемые ею иностранцы будут работать на указанных территориях и объектах, то ей необходимо заранее согласовать с Федеральной службой безопасности, возможно ли будет получение такого специального разрешения на приемлемый срок.

С отдельными государствами у Российской Федерации существуют международные соглашения о трудовой деятельности граждан. Если международным договором предусмотрены иные правила, чем те, что установлены российским национальным законодательством, то применяются правила международного договора. Принимая иностранного гражданина на работу, необходимо выяснить, не заключен ли Российской Федерацией соответствующий международный договор с государством, гражданином которого является принимаемый иностранный гражданин. Следует отметить, что международный договор может содержать положения, касающиеся как процедуры приема на работу, так и содержания трудового договора.

Иностранные граждане, постоянно проживающие на территории Российской Федерации (имеющие действительный вид на жительство в Российской Федерации) принимаются на работу в порядке и на условиях, предусмотренных для российских граждан. Организации, принимающей на работу проживающего в Российской Федерации иностранного гражданина, необходимо удостовериться, что у него имеется непросроченный вид на жительство в Российской Федерации (выдается сроком на 5 лет и может быть продлен неограниченное количество раз). При заключении гражданско-правового договора с постоянно проживающим в Российской Федерации иностранным гражданином рекомендуется заключать договор на срок, не превышающий срок действия вида на жительство, а затем, в случае необходимости, продлевать его действие. Если иностранный гражданин работает в организации на основании трудового договора, то необходимо учитывать, что установленные российским трудовым законодательством правила распространяются на трудовые отношения с участием иностранных граждан (ст. 11 Трудового кодекса РФ). Организации, принимающей на работу постоянно проживающего в Российской Федерации иностранного гражданина,

представляется целесообразным заключить с ним срочный трудовой договор на срок до окончания действия разрешения на временное проживание в Российской Федерации, а затем, в случае, если иностранный гражданин предоставит вид на жительство, продлить срок действия трудового договора.

Иностранные граждане, временно проживающие на территории Российской Федерации (имеющие действительное разрешение на временное проживание в России), принимаются на работу в порядке и на условиях, предусмотренных для российских граждан с одним ограничением: временно проживающий в Российской Федерации иностранный гражданин вправе осуществлять трудовую деятельность только в пределах того субъекта Российской Федерации, на территории которого ему разрешено временное проживание [2].

Все сказанное о заключении договоров с иностранными гражданами, постоянно проживающими в Российской Федерации, справедливо и для случаев заключения договоров с временно проживающими иностранными гражданами.

Литература

1. Митрофанова В.В. Оформляем кадровые документы: настольная книга практика / В.В. Митрофанова. М.: Альфа-Пресс, 2012. 320 с.
2. Гугуева Т.А. Конфиденциальное делопроизводство: учебное пособие. М.: Альфа-М, 2012. 192 с.

А.А. Суворов
аспирант
(ГУУ, г. Москва)

СИСТЕМА ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ДОЛЖНОСТНОГО РОСТА ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ: СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ

Повышение эффективности использования кадрового состава государственной гражданской службы является одним из факторов укрепления современной российской государственности, действенным инструментом эффективной реализации задач и функций органов государственной власти [1; 2]. Решение таких задач требует от науки поиска новых подходов, позволяющих обеспечить эффективное управление кадровым составом государственной гражданской службы.

Эффективное обеспечение органов государственной власти высокопрофессиональными и компетентными специалистами возможно при активном использовании современных методов и технологий профессионального развития государственных гражданских служащих, в том числе их профессионально-должностного роста.

Однако в настоящее время данная деятельность не имеет под собой научно обоснованного теоретического фундамента, необходимого методологического и организационно-методического обеспечения. Таким образом, очевидна актуальность темы, связанной с профессионально-должностным ростом государственных гражданских служащих, и ее значимость для повышения эффективности государственной гражданской службы.

Системный подход к профессионально-должностному росту гражданских служащих выступает в качестве основы комплексного развития как непосредственно государственных служащих, так и всего государственного органа в целом и его отдельных подразделений [4].

Профессионально-должностной рост, рассматриваемый как система, должен обладать свойствами присущими любой социально-экономической системе: целостность, организованность, иерархичность, открытость, интегративность, множественность, динамичность, функциональность [3].

При этом целостность системы профессионально-должностного роста не означает ее изолированности от внешней среды, более того данная система гражданских служащих является подсистемой системы более высокого порядка – государственной кадровой политики [5].

Система профессионально-должностного роста гражданских служащих является сложно организованной по структуре и содержанию и включает следующие подсистемы: управляющую и управляемую, целевую, функциональную, технологическую, обеспечивающую, а также внешние и внутренние факторы, влияющие на профессионально-должностной рост гражданских служащих.

Относительно содержания управляющей и управляемой подсистем: в качестве субъекта управления профессионально-должностным ростом гражданских служащих выступают органы государственной власти на федеральном и региональном уровнях, а также кадровые службы государственных органов и непосредственные руководители. Управление профессиональным развитием является приоритетной деятельностью кадровых служб государственных органов, которые несут ответственность за координацию данной деятельности и достижение ее результатов.

Объектом профессионально-должностного роста являются гражданские служащие, проходящие в настоящее время службу в органах государственного управления.

Предметом управления с позиций компетентностного подхода является профессиональная компетентность гражданских служащих.

Целевая подсистема системы профессионально-должностного роста гражданских служащих представлена такими элементами, как цель, задачи, принципы и политика в области профессионально-должностного роста.

Главная цель профессионально-должностного роста гражданских служащих, являющегося частью государственной кадровой политики, заключается в повышении эффективности деятельности государственного органа, системы государственного управления в целом на основе согласованного удовлетворения интересов государственного органа и конкретного служащего в отношении развития и рационального использования компетентности и профессионализма гражданских служащих [6].

Достижение главной цели профессионально-должностного роста гражданских служащих обеспечивается решением конкретных задач: разработка стратегии профессионально-должностного роста гражданских служащих; планирование профессионально-должностного роста гражданских служащих; выявление потенциальных возможностей и областей профессионально-должностного роста гражданских служащих; создание управленческих инструментов и механизмов, обеспечивающих эффективное управление профессионально-должностным ростом гражданских служащих; разработка и оценка комплекса мероприятий по управлению профессионально-должностным ростом гражданских служащих; определение ресурсов, необходимых для проведения работы по управлению профессионально-

должностным ростом гражданских служащих, и их оптимальное распределение в соответствии с установленными регламентами.

Профессионально-должностной рост гражданских служащих, как сложно организованная и сложно подчиненная система, базируется на комплексе принципов, включающих следующие группы: базовые (общие конституционные принципы, характерные для всех видов кадровой работы на государственной службе и придающие профессионально-должностному росту легитимность и необходимый прагматизм); специальные (отражают предназначение и приоритеты государственной кадровой политики в отношении профессионально-должностного роста); частные (непосредственно регулируют функционирование системы профессионально-должностного роста гражданских служащих, с учетом двойственной цели системы ПДР выделяются организационные (с позиций государственного органа) и индивидуальные (с позиций гражданского служащего) [7].

Относительно кадровой политики в области профессионально-должностного роста гражданских служащих, следует отметить, что от приоритетов, заложенных в данном направлении кадровой политики, от учета вышеназванных принципов, во многом зависит эффективность и результативность профессионально-должностного роста.

Если в кадровой политике определен приоритет именно профессионального развития, уровень развития гражданских служащих будет определять вид профессионально-должностного продвижения.

Назначение функциональной подсистемы – реализация целей, задач и принципов профессионально-должностного роста гражданских служащих.

Эффективное управление предполагает выполнение общих функций управления: планирования, организации, стимулирования, координации, учета и анализа.

К специфическим (конкретным) функциям управления профессионально-должностного роста гражданских служащих относятся: адаптирующая, развивающая, корректирующая, формирующая.

Профессионально-должностной рост гражданских служащих обеспечивается посредством реализации системы технологий развития, составляющих технологическую подсистему, в том числе [8]: оценка профессиональной компетентности гражданских служащих; обучение в различных формах, организуемых как по инициативе государственных служащих, так и представителей нанимателя; наставничество; ротация кадров; работу с кадровым резервом; обеспечение карьерного роста; иных мероприятий по профессионально-должностному росту.

Обеспечивающая подсистема управления профессионально-должностным ростом гражданских служащих включает методическое, кадровое, информационное, организационное обеспечение профессионально-должностного роста гражданских служащих.

Информационное обеспечение предполагает создание полноценной информационной базы в области профессионально-должностного роста гражданских служащих.

Методическое обеспечение означает наличие методов и методик, а также внутрифирменных нормативно-методических материалов, обеспечивающих практическую реализацию функций системы профессионально-должностного роста гражданских служащих.

Организационное обеспечение предполагает создание структуры управления профессионально-должностным ростом гражданских служащих,

позволяющей реализовать основные и специальные функции профессионально-должностного роста в органах государственного управления.

Кадровое обеспечение решает задачи подбора и подготовки квалифицированных специалистов в области управления профессионально-должностным ростом гражданских служащих.

Литература

1. О системе государственной гражданской службы Российской Федерации: ФЗ от 27.05.2003 № 58-ФЗ (ред. от 02.07.2013) // СЗ РФ, 02.06.2003, № 22, ст. 2063.

2. О государственной гражданской службе Российской Федерации: ФЗ от 27.07.2004 № 79-ФЗ (ред. от 31.12.2014 г.) // СЗ РФ, 02.08.2004, № 31, ст. 3215.

3. Блауберг И.В. Проблема целостности и системный подход. М: Эдиториал УРСС 997, Сурмин Ю.П. Теория систем и системный анализ. М., 2003. С.177.

4. Дахно Е.В. Управление развитием карьеры государственных служащих в России // Историческая и социально-образовательная мысль. 2012. № 2(12). [электронный ресурс] – Режим доступа. – Режим доступа: http://www.hist-edu.ru/hist/book_2_2012/13_dakhno.pdf

5. Сороко А.В. Управление кадровым потенциалом государственной гражданской службы на основе формирования резерва управленческих кадров : дис... д-ра экон. наук. гос. универ. управления. М., 2011. 445 с.

6. Сотникова, С.И. Управление карьерой: учебное пособие / С.И. Сотникова. М.: ИНФРА-М, 2001. 130с.

7. Управление карьерным ростом государственных гражданских служащих: монография / А.Я. Кибанов, Т.В. Лукьянова, В.А. Столярова. М.: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. 246 с.

8. Управление персоналом организации: учебник / под ред. А.Я. Кибанова. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. 695 с.

В.В. Тарасенко
докторант
(ГУУ, г. Москва)

СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СИСТЕМЫ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Отечественная система образования, сложившаяся в середине 30-х гг. XX-го столетия, оставалась неизменной в основных своих чертах более полувека. Всё это время не подвергались сомнению цели и качество образования; стабильной оставалась и структура органов управления образованием, их функционал и круг рассматриваемых вопросов.

Современная ситуация в России характеризуется возрастающей ролью образования в развитии экономики, формированием более высокого его статуса – статуса социально-экономического института. Образование начинает входить в круг потребностей, которые предоставляют возможность улучшить собственную жизнь и создать безопасное, благоприятное для творчества и

свободной деятельности пространство [1, с. 5]. Парадигмальные изменения в образовании нашли отражение в федеральном законодательстве, в соответствии с которым изменяются требования к целям и результатам образования, повышается степень свободы и уровень ответственности участников образовательных отношений (обучающиеся, родители (законные представители) несовершеннолетних обучающихся, педагогические работники и их представители, организации, осуществляющие образовательную деятельность). Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» во многом трансформировал облик современной системы образования, обеспечив самостоятельность образовательных организаций в определении содержания образования, в выборе учебно-методического обеспечения, образовательных технологий по реализуемым ими образовательным программам, в планировании финансово-экономической деятельности, а также значительно расширил образовательные возможности для обучающихся, педагогов и руководителей образовательных организаций. Кроме упомянутого законодательного акта, были приняты Федеральный закон от 8 мая 2010 г. № 83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений» и Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», которые фактически завершили создание нормативно-правовой базы по формированию образовательных организаций как полноценных юридических лиц, закрепляя их самостоятельность, в том числе финансово-экономическую.

Для современной системы образования востребован руководитель с актуальным уровнем управленческой компетентности, способный стратегически мыслить, разрабатывать и реализовывать стратегию образовательной организации в режиме развития, управлять ресурсами организации [2, с. 53]. В соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» руководителям образовательных организаций необходимо иметь высшее образование и соответствовать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках по соответствующим должностям руководителей образовательных организаций и (или) профессиональным стандартам.

Кадровый анализ управленческого корпуса системы образования Оренбургской области указал на отсутствие специально подготовленного корпуса управленцев, типичный портрет современного руководителя образовательной организации – это, как правило, женщина старше 40 лет, с высшим педагогическим образованием и управленческим стажем от 10 лет и больше (или, наоборот, менее 3 лет). В силу своего значительного опыта руководители образовательных организаций способны решать тактические задачи, которые ставят перед ними вышестоящие органы (а особенно – ставили перед ними 20 лет назад), но самостоятельно ставить задачи на будущее многие из них затрудняются. Как отмечено в эссе директора муниципальной образовательной организации: «Большинство директоров сегодня, все-таки, живет в ценностях и представлениях 80-х годов».

Таким образом, мы видим противоречие между объективной потребностью государства и общества в компетентном руководителе, обладающем готовностью и способностью стратегически мыслить, ориентироваться в постоянно изменяющихся условиях, планировать, организовывать, мотивировать и контролировать управленческую деятельность

для обеспечения конкурентоспособности образовательной организации, и недостаточной сформированностью этих качеств у современных руководителей. Данное противоречие обусловило необходимость поиска факторов, препятствующих системной работе по развитию управленческого персонала образовательных организаций на основе методологии структурно-функционального анализа. Разделяя научные позиции А.Я. Кибанова [3], Е.А. Митрофановой [4], систему развития управленческого персонала образовательных организаций рассматриваем как совокупность организационно-экономических мероприятий в области деловой оценки (аттестации), обучения, мотивации и адаптации управленческого персонала, планирования и управления деловой карьерой, работы с кадровым резервом и служебно-профессионального продвижения педагогических кадров на должность руководителя образовательной организации.

В ходе проведенного анализа отечественной системы общего и профессионального образования установлено, что субъектами управления развитием управленческого персонала общеобразовательных и профессиональных образовательных организаций выступают: 1) учредители образовательных организаций, 2) организации дополнительного профессионального образования, 3) методические службы (ресурсные центры), созданные при государственных и муниципальных органах управления образованием и 4) образовательные организации.

Между тем, анализ Положений о государственных (муниципальных) органах управления образованием выявил универсальность и однотипность их содержания. Из всей совокупности мероприятий, направленных на развитие управленческого персонала образовательных организаций, как правило, закреплена лишь функция по утверждению порядка и сроков проведения аттестации кандидатов на должность руководителя и руководителя образовательной организации, подведомственной данному органу управления. Реже в данных Положениях отмечаются такие функции как: формирование резерва управленческих кадров и организация в пределах своих полномочий работы по его использованию; выявление потребности в кадрах образовательных организаций, координация подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников образования.

Таким образом, в ходе исследования выявлено, что при разработке основных организационно-распорядительных документов (Положение, Устав и пр.), устанавливающих статус, функции, права, обязанности и ответственность учредителей образовательных организаций, не заложен системный подход к развитию управленческого персонала образовательных организаций.

Деятельность организаций дополнительного профессионального образования направлена на удовлетворение образовательных и профессиональных потребностей, профессиональное развитие руководителей образовательных организаций, обеспечение соответствия его квалификации меняющимся условиям профессиональной деятельности и социальной среды.

Между тем, действующая система повышения квалификации, предлагающая широкий спектр образовательных программ повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования по-прежнему не обеспечивает формирование актуального уровня управленческой компетентности руководителей образовательной организации. Проведенное исследование 650 руководителей системы образования Оренбургской области показало, что более половины респондентов (58,5%) не считают себя менеджерами образования, в анкетах превалирует самооценка

«условный специалист». Полученные результаты исследования указывают на необходимость поиска новых форм и методов непрерывного образования в противовес широко распространенным в современной системе повышения квалификации репродуктивным методам, основанным, преимущественно, на трансляции знаний.

Ключевыми субъектами системы общего и профессионального образования, отвечающими за систему развития руководителей образовательных организаций, являются и региональные (муниципальные) методические службы (ресурсные центры), за которыми закрепляются такие функции как: создание условий для повышения квалификации педагогических и руководящих работников системы образования; осуществление взаимодействия с образовательными организациями дополнительного педагогического образования, другими образовательными организациями, занимающимися повышением квалификации и профессиональной переподготовкой педагогических работников и руководителей образовательных организаций; изучение запросов, методическое сопровождение и оказание практической помощи молодым специалистам, педагогическим и руководящим работникам в адаптационный период, в период подготовки к аттестации, межаттестационный и межкурсовой периоды; прогнозирование, планирование и организация повышения квалификации и профессиональной переподготовки педагогических и руководящих работников образовательных организаций, оказание им информационно-методической поддержки в системе непрерывного образования; информирование педагогических и руководящих работников о новых направлениях в развитии дошкольного, общего и дополнительного образования детей, о содержании образовательных программ, новых учебниках, учебно-методических комплектах, нормативных и локальных актах и др.

Функционально-трудоуловый анализ деятельности региональных (муниципальных) методических служб выявил приоритетность их работы с педагогическими кадрами, как правило, по вопросам повышения квалификации, подготовки к предметным олимпиадам и государственным итоговым аттестациям. Между тем в деятельности региональных (муниципальных) методических служб отмечается отсутствие системной работы по развитию управленческого персонала образовательных организаций. Например, в Оренбургской области в 2015 г. работали 44 муниципальные методические службы, и только в деятельности 21 службы выявлена планомерная работа по развитию управленческого персонала образовательных организаций. При этом, полный перечень совокупности организационно-экономических мероприятий, направленных на развитие управленческого персонала образовательных организаций, в деятельности региональных и муниципальных методических служб выявлен не был.

На уровне образовательной организации система развития управленческого персонала, как правило, включает организацию обучения руководителей и педагогических работников по программам повышения квалификации и/или профессиональной переподготовки в соответствии с ежегодно разрабатываемым планом-графиком, аттестацию работников образования в целях подтверждения соответствия их занимаемым должностям и/или в целях установления квалификационной категории; реже встречается работа с кадровым резервом на должность руководителя образовательной организации, мотивация и адаптацию управленческого персонала. Между тем, в ходе исследования выявлено, что работа с кадровым резервом часто носит формальный характер: отсутствуют объективные и научно обоснованные

критерии оценки и отбора в кадровый резерв, ежегодные планы работы с кадровым резервом носят универсальный характер и не учитывают педагогический стаж, уровень профессионализма и индивидуальных запросов личности резервиста. Лишь в 8% исследуемых образовательных организаций при поддержке методической службы реализуется «институт наставничества» по подготовке, мотивации и адаптации молодых управленческих кадров системы образования.

Полученные результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что большинство проблем и возникающих трудностей в организации системы управления образовательной организацией связаны именно с несформированностью/низким уровнем управленческой компетентности руководителей в целом и в построении системы развития управленческого персонала образовательных организаций в частности, что в современных условиях зачастую тормозит реализацию модернизационных процессов, направленных на развитие системы образования.

Литература

1. Баранников А.В. Образование нового поколения. М.: УЦ «Перспектива», 2013. 223 с.
2. Жилина, А.И. Теория и практика управления профессиональной подготовкой и карьерой руководителей системы образования. Книга 2: монография. СПб.: ИОВ РАО, 2001. 360 с.
3. Кибанов А.Я. Управление персоналом: учебник / А.Я. Кибанов, Л.В. Ивановская, Е.А. Митрофанова. М.: Изд-во ИЦ РИОР, 2010. 288 с.
4. Митрофанова Е.А. Управление персоналом: теория и практика. Аудит, контроллинг и оценка расходов на персонал: учебно-практическое пособие. М.: Проспект, 2013. 80 с.

И.О. Темнова
аспирант
(ГУУ, г. Москва)

РАЗВИТИЕ РАБОТНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ В РАМКАХ ОСНОВНЫХ КОНЦЕПЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Развитие персонала представляет собой комплекс мероприятий, осуществляемых организацией для своих сотрудников и направленный на наиболее полное раскрытие профессионального, личностного и творческого потенциала каждого из них. Развитие работников является неотъемлемым элементом системы управления персоналом в целом. Формирование современных подходов к развитию сотрудников происходило под непосредственным влиянием господствовавших в разные периоды концепций управления персоналом.

До начала 20-го в. кадровый менеджмент не выделялся в структуре управления организацией как самостоятельное явление. В 1900 г. впервые возникли специализированные подразделения, выполнявшие, преимущественно, функции найма и увольнения работников, а также учета использования рабочего времени. Первый отдел кадров в современном понимании возник в 1912 г. [4].

До 60-х гг. в управлении персоналом преобладала концепция использования труда персонала. Вместо живых людей, занятых на производстве, рассматривалась лишь их основная функция – труд, измеряемый затратами рабочего времени и заработной платой [1; 4].

В этот период развитию персонала в организации уделялось минимум внимания и времени. Данная функция выполнялась преимущественно непосредственными руководителями, основной целью которых было обеспечение бесперебойной работы организационного механизма. Работника обучали оптимальным способам выполнения его трудовой функции, что он и должен был демонстрировать в дальнейшем. Этот процесс не предполагал самостоятельного мышления и творчества, не было необходимости в разностороннем развитии и применении человеческого потенциала. Работник – лишь маленький винтик в огромной системе производства. Если он выходит из строя, на его место тут же становится другой.

Развитие кадрового менеджмента в 1920-1950 гг. связано с широким распространением специализированных служб (отделов кадров) в структуре управления организацией. Они регулировали отношения между работодателями и наемными работниками, вели кадровое делопроизводство. Возникали новые профессии: агент по найму, секретарь по благосостоянию и др. [4].

С 30-х гг. в кадровом менеджменте развивалась концепция управления персоналом. Она основывалась на теории бюрократической организации и представляла работника через формальную роль или должность. При этом управление осуществлялось через административные механизмы такие, как: принципы, методы, полномочия и функции [1].

Функции кадрового менеджмента в это время постепенно расширяются. Обучение работников выходит за рамки конкретных небольших операций и направляется на подготовку к осуществлению функций по должности, на которую претендует сотрудник. Осуществляются первые опыты по деловой оценке и планированию карьеры работника. Однако это касалось, преимущественно, руководителей.

К обязанностям кадровых служб в компаниях прибавляется планирование численности персонала на основании показателей экономической эффективности. Формируется система подготовки и переподготовки кадров. Развивающие программы реализуются теперь и для работников среднего звена.

В это же время начала формироваться концепция управления человеческими ресурсами, основателями которой стали американские ученые А. Маслоу и Ф. Герцберг. Они видели в человеке уже не только лицо, занимающее определенную должность, но уникальный не возобновляемый ресурс – элемент социальной организации в единстве трех основных компонентов: трудовой функции, социальных отношений и состояния работника [1; 3]. Данная концепция базировалась на побуждении сотрудников к максимальной включенности в процесс труда и управления, превращении работы в главное средство самовыражения персонала.

Под влиянием концепции управления человеческими ресурсами развитие работников приобретает широкое распространение. Возникла тенденция к обучению каждого сотрудника, как части системы, наибольшему количеству функций. Имела место профессиональная подготовка и даже переподготовка работников в компаниях. В качестве стимула развития выступало построение благоприятных, уважительных условий на производстве. Поощрялось формирование множественных связей между частями организации,

создавались условия для самоорганизации каждого работника и коллектива в целом. Руководителю предписывалось создание в коллективе такой обстановки, в которой каждый может максимально проявить свои способности. Люди, довольные своей работой, имеют высокую производительность труда, что влечет за собой существенное повышение эффективности организации в целом [4].

С 1950-х гг. началось активное развитие и модернизация промышленного производства. Многие работники становились грамотными, менялось их отношение к труду. Руководители стали уделять больше внимания индивидуальным особенностям сотрудников, их профессиональному уровню. Кадровые службы превращались в управления по развитию человеческих ресурсов. Они начали заниматься перспективным долгосрочным планированием персонала, для чего активно применялись технологии математического расчета потребности в работниках, как элемент вероятностного прогнозирования. Участие кадровых подразделений в формировании стратегического управления организацией становится ключевым [2; 4].

Экономический кризис 1980-х гг. наглядно продемонстрировал важность наличия развитой кадровой службы на предприятии. Возросла потребность компаний в высококвалифицированных специалистах в области управления персоналом [2].

В 90-е гг. обнаружилось, что шаблонные подходы к решению сложных социально-экономических проблем неэффективны. В управлении персоналом начали применяться инновационные методы, позволяющие полнее раскрыть творческий потенциал каждого работника [4].

На первый план в кадровом менеджменте выходит концепция управления человеком. Ее основоположниками считаются японские предприниматели К. Мацусита и А. Морита. Представители данной концепции считают, что люди – это особый объект управления, они не могут рассматриваться только как ресурс. Человек признается важнейшей ценностью общества и организации. Желания и способности работников, их профессионализм, интеллектуальный и культурный уровень имеют решающее значение при формировании стратегии и структуры компании. Большую роль на предприятиях начинает играть корпоративная культура, ее влияние на работников и эффективность функционирования организации [1].

Развитие сотрудников в компаниях в этот период постепенно приобретает тот вид и содержание, которые мы наблюдаем и сегодня. Руководители осознали важность вклада каждого работника в общее дело. Организации, успешно функционирующие в условиях нестабильности и решающие нестандартные задачи, имеют в своей структуре сильную службу управления персоналом, уделяющую большое внимание обучению работников, планированию их карьеры, формированию и поддержанию организационной культуры.

В конце 20-го в. начала формироваться устойчивая тенденция на глобализацию экономики, массовое возникновение мультинациональных корпораций. Тесная взаимосвязь общего и кадрового менеджмента стала во многом определять успешность долгосрочной работы организаций [2].

В настоящее время среди действующих концепций управления персоналом можно назвать концепцию развития человеческих ресурсов. Она предполагает создание в компании таких условий для работников, чтобы они добровольно мобилизовали свой потенциал и трудились более интенсивно. В организациях, воплощающих идеи данной концепции, работникам предлагается

большое количество программ развития, повышения их профессионального и общеобразовательного уровня, а также набор стимулов, формирующих положительное отношение к труду. Можно назвать следующие тенденции, свидетельствующие о реализации концепции развития человеческих ресурсов в компании: внимательное отношение к молодым работникам, регулярное проведение адаптационных мероприятий, опережающий характер профессионального образования, соответствие предлагаемых программ профессиональной подготовки современным требованиям рынка [3].

Таким образом, развитие работников в организации с течением времени переходило от состояния незначительного и необязательного элемента кадровой работы к неотъемлемой и во многом определяющей успешность компании ее составляющей. Эволюция взглядов на сотрудника и его потребности на предприятии происходила под влиянием внешних и внутриорганизационных факторов, которые в конечном итоге, привели к повышению важности каждого работника в глазах руководства и в достижении целей компании.

Литература

1. Егоршин А.П. Управление персоналом [Электронный ресурс]: учебник. 4-е изд., испр. Н. Новгород: НИМБ, 2003. 720 с. – Режим доступа: <http://lib.sale/upravlenie-personalom-knigi/113-analiz-kontseptsiy-upravleniya-55328.html>

2. Кудрявцева Е.И. Управление персоналом [Электронный ресурс]. Учебная тетрадь. СПб.: Межотраслевой институт повышения квалификации, 2008. – Режим доступа: <http://www.ago-consult.ru/publications.htm/317>

3. Сухорученко О.В. Развитие концепции профессионального развития персонала организации [Электронный ресурс] // Институт Государственного управления, права и инновационных технологий (ИГУПИТ) Интернет-журнал «Науковедение». 2013. № 5. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/07evn513.pdf>

4. Управление персоналом организации: учебник / под ред. А.Я. Кибанова. 4-е изд., доп. и перераб. М: Инфра-М, 2010. 695 с.

А.В. Шаблин
аспирант
(ГУУ, г. Москва)

ПОСЛЕДСТВИЯ ТЕКУЧЕСТИ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ И ЕЕ СТОИМОСТЬ

Текучесть персонала имеет как негативные, так и конструктивные последствия. Если анализировать процесс текучности более детально, то можно отметить, что последствия текучности зависят как от ее количественного размера, так и от качественного состава уволившихся/уволенных сотрудников организации.

Последствия высокой текучности могут ощущаться на протяжении многих лет в виде демотивации оставшихся сотрудников, их недоверия к руководителям, снижения производительности труда. Учитывая это, становится ясно, что управление высвобождением персонала представляет собой одну из

важнейших функций управления персоналом и требует согласованных действий руководства организации и службы управления персоналом.

Среди позитивных последствий текучести персонала следует назвать следующие: увольнение неэффективных сотрудников положительно сказывается на деятельности организации в случае, если в результате замены приходит более способный и мотивированный сотрудник; обновление и внесение новых идей, способов и методов работы, управления, решения проблем; оздоровление климата в отделе и (или) в организации; открытие вакансий и возможностей для перевода/повышения работающих сотрудников, что будет способствовать повышению их мотивации, а также их удержанию; появляется возможность проведения реорганизации отдела/службы, что может привести к более эффективному распределению работ между исполнителями; принятие на работу сотрудника, обладающего современными и эффективными методами и приемами работы; перевод/повышение работающих сотрудников позитивным образом может сказаться на их стремлении к повышению своей квалификации; увольнение сотрудника может заставить руководство организации выявить причины данного увольнения и разработать меры по их скорейшему устранению; оптимизация численности работающих в отделе и (или) в организации; оптимизация затрат на подбор новых сотрудников, на их обучение и развитие.

К негативным последствиям текучести относятся:

- организация теряет ценного сотрудника с уникальным опытом, знаниями и навыками, которые могут начать работать на конкурента организации, тем самым инвестиции компании в сотрудника оборачиваются против самой организации;
- в организации могут сорваться определенные сделки и операции, которые зависели именно от личности конкретного сотрудника и не являются легко возобновляемыми даже при замене сотрудника;
- если увольняющийся сотрудник работал с клиентами компании, то его уход может вызвать некоторое недоверие к компании со стороны клиентов. Более того, если на участке работы, где происходит постоянное общение с клиентом, наблюдается регулярная смена персонала, довольно высокая текучесть, то это влечет за собой снижение уровня сервиса на этом участке, вызывает у компании-клиента недоверие ко всей организации в целом и недовольство работой компании – исполнителя. Как следствие, организация может нести определенные потери в объеме бизнеса, вплоть до потери клиентов;
- снижается эффективность увольняющегося работника перед его уходом из компании, т.к. снижается мотивация и ответственность за результат;
- после ухода сотрудника не выполняется определенный объем работы, который был закреплен за сотрудником, возникает так называемый простой;
- часть работы уволившегося/уволенного сотрудника распределяется между другими сотрудниками отдела или организации, что увеличивает их нагрузку, напряженность их труда;
- увольнение одного из сотрудников может вызвать негативное психологическое влияние на других сотрудников, снижая их мотивацию, лояльность к организации;
- если увольняется руководитель отдела или другой значимый и авторитетный специалист, то, помимо сильной демотивации

подчиненных/коллег, важно помнить и учитывать, что это может повлечь за собой уход ряда других сотрудников;

- при увольнении сотрудников необходимо направлять дополнительные затраты на подбор новых сотрудников для замены, на их обучение и развитие;
- эффективность и производительность труда вновь принятых сотрудников ниже средней в период адаптации.

Учитывая вышеизложенное, можно сказать, что текучесть персонала имеет как негативные, так и конструктивные последствия. Если анализировать процесс текучести более детально, то можно отметить, что последствия текучести зависят как от ее количественного размера, так и от качественного состава уволившихся / уволенных сотрудников организации. Это дает основание говорить о целесообразности использования на практике таких понятий и характеристик, как количественная норма текучести и качественный состав текучести, которые могут быть использованы для оценки ситуации в конкретной организации с текучестью персонала. Проводя такого рода оценку, важно понимать, что полное отсутствие текучести – это аномалия и признак нездоровой атмосферы в организации. Текучесть, близкая к нулю, вовсе не говорит об эффективности организации, такая картина может характеризовать и ситуацию застоя. С другой стороны, излишняя текучесть – это еще более негативная ситуация, чем ее отсутствие [3].

Стоимость текучести персонала увеличивается, когда работники являются узкоспециализированными, когда их труднее найти и они требуют более тщательной подготовки. По мнению Р. Беннетта, стоимость текучести кадров складывается из следующих компонентов:

- 1) Низкий уровень производства в период обучения новичков.
- 2) Упущенный объем производства во время замены работника.
- 3) Оплата сверхурочной работы других работников, вынужденных выполнять работу в период замены работника.
- 4) Возможное использование на более простой работе более квалифицированных работников в ожидании замены.
- 5) Стоимость брака и отходов в период освоения новичком работы.
- 6) Стоимость привлечения, отбора и медицинского освидетельствования.
- 7) Затраты на обучение.
- 8) Административные расходы, связанные с удалением из платежной ведомости уволившегося и включением в нее новичка [1].

В ряде случаев текучесть кадров наносит компании существенный ущерб, так, по оценкам отечественных и зарубежных специалистов, затраты на замену рабочего составляют 7-20% его годовой заработной платы, специалиста – 18-30%, управленца – 70-100% [2].

Подводя итог вышесказанному, необходимо отметить, что при высоком значении уровня текучести организация может понести существенные расходы, которые не всегда очевидны на первый взгляд. Поэтому основой управления движением персонала является установление закономерностей процесса текучести кадров. Знание этих закономерностей делает возможным определение наиболее эффективных управленческих воздействий.

Литература

1. Беннетт Р. Коэффициенты расчета текучести кадров [Электронный ресурс] – <http://www.elitarium.ru/2009/07/13/>

2. Веснин В.Р. Управление персоналом: теория и практика: учебник. М.: Проспект. 2009. 688 с.

3. Свистунов В. Современные подходы к оценке текучести персонала / В.М. Свистунов, М.В. Тюленева / Кадровик. 2009. № 6.

М.В. Шикова
студентка
(ГУУ, г. Москва)

РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В XXI ВЕКЕ

С процессом преобразования экономики России появляется необходимость в парадигмальном улучшении всех сфер человеческой деятельности в отношении формирования новых идей исследования и реформирования их механизмов. Все это даст возможность нового концептуального подхода к проблеме организационной культуры предприятий. В современном мире вопрос организационной культуры рассматривается с точки зрения ее корпоративности, что и повлекло взаимосвязь данных понятий [3, с. 43].

В условиях все более ускоряющихся изменений внешней среды любая организация сталкивается с неопределенностью будущего, обусловленной фундаментальными открытиями, в основе которых лежит конвергенция информации, нанотехнологий, биологии и бизнеса. Повсеместное распространение инноваций нередко требует кардинального изменения способов ведения бизнеса и разработки инновационной стратегии, что играет важную роль в поддержании и упрочении ее конкурентных позиций.

Во многом закономерный для первых лет преобразований интерес российских предприятий к проблемам структурной реорганизации и поиску инвестиций постепенно дополняется осознанием узости и односторонности подхода, игнорирующего субъективное начало всяких организационных инноваций. Становится очевидным, что, помимо изменения экономико-организационного базиса, подлинное реформирование предприятий возможно только при условии овладения ими новой культурой, предполагающей формирование отличной от прежней системы ценностей [3, с. 45].

За последнее время многие предприятия столкнулись с проблемой возрастания конкурентоспособного рынка. Так, в процессе продвижения своего товара или услуг, фирмы и организации не замечают прогресс своих конкурентов. При условии продвижения эффективной культуры предприятия, возможно достичь надежность в функционировании всех звеньев фирмы. Построение такого подхода требует больших сил и времени.

Во все времена культура подчиняла не только образованность и манеру вести себя и достигать что-либо, а также и верования, традиции, ценности народа или его единиц (человека). Именно эти факторы и формируют человеческие ценности, поэтому они отличаются в зависимости от страны или даже региона. Несмотря на множество положительных сторон, организация культуры систематизирует все предложенные правила работниками, подразумевая правила своего формирования и структуру функционирования. В состав структуры входит: представление, ценность, вера, символ. Именно на их

основании и принято решать поставленные задачи и проблемы внутри компании [4, с. 18].

Важным для создания благоприятной атмосферы в коллективе является установление критериев членства в организации, и ее группах. Такие показатели как гериархия и положение (должность) незаменимы на любом предприятии, без их использования все сотрудники были бы равны и выполняли одни и те же функции.

Специфика культуры организации может проявляться в зависимости от географического положения предприятия и периодичностью достижений самого предприятия [2, с. 24].

Применение культуры организации стало актуальным уже в конце XX века, когда многие организации выдвигали человека как зеркало предприятия. Именно он является двигателем прогресса и ключевым звеном в нарастании воздействия культуры на социальное развитие вообще и экономическое в частности. С исходом времени, процесс связи бизнеса с общественно-этическими целями проявляется в не рассмотрении культурных сторон, а только как «узкое» средство, при помощи которого предприятия становятся стабильными и продолжают развитие своей деятельности. Так, данная взаимосвязь обусловлена присоединением отечественных предприятий в широкомасштабный процесс гуманизации и культуризации производства, что позволит объединить Россию и мировую экономику [1, с. 52-53].

Так, начиная с 2009 г., в сфере услуг по ремонту бытовой техники успешно развивается открытое акционерное общество «Крупная Сервисная Компания». Начиная свою деятельность как небольшое предприятие, компании удалось стать первой на экономическом рынке страны, развернув свою работу в самых больших городах России. Успехом компании является несколько факторов развития бизнеса, среди них: востребованность и уникальность предлагаемых услуг, многократность продаж, повышении эффективности компании, регулярность повышения, качество обслуживания, сохранение статичности, правильная организация рабочего процесса, надежное функционирование внутренней среды.

Ее услуги являются уникальными, поскольку ремонт бытовых приборов осуществляется независимо от сложности и вида поломки. Компания стремится к оперативному выполнению задания, а также отвечает за качество ремонта, ведь в штате компании собраны только лучшие специалисты в области ремонта.

Для улучшения и стабильности эффективной организационной культуры ОАО «Крупная Сервисная Компания» ввела в свою работу «Корпоративный кодекс». Необходимость ее применения была обусловлена двумя причинами: полное отсутствие объективных элементов и частичная нехватка субъективных элементов организационной культуры и отсутствие взаимосвязи между административно-управленческим персоналом и инженерно-техническими работниками.

В результате указанного нововведения, в ОАО «Крупная Сервисная Компания» произошли следующие изменения: появление объективных и улучшение субъективных элементов организационной культуры, улучшение взаимоотношений между подразделениями и улучшение организационной культуры [5].

Таким образом, с применением новых мероприятий, происходит процесс реформирования культуры организации, что вскоре повлечет не только понимание внутри компании, а также и формирование имиджа компании, которая славится своей атмосферой и работоспособностью сотрудников. Все

положительные моменты работы предприятия отражаются в ее прибыльности, что в современном мире является довольно значимым.

Проведение мероприятий в компании на сегодняшний день, это не только поддержание дружеских отношений коллектива, а также и регулярное закрепление уже сложившихся отношений сотрудников. Так, успех фирмы – это правильное введение культуры организации, которая повлечет за собой инновационный потенциал и конкурентоспособность на современном экономическом рынке.

Литература

1. Балашов А.П. Основы менеджмента: учебное пособие / А.П. Балашов. М.: ИНФРА-М, 2012. 288 с.
2. Витке Н.А. Организация управления и индустриальное развитие. М., 1925. 58 с.
3. Герчикова И.Н. Менеджмент: учебник для вузов / И.Н. Герчикова. 4-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 511 с.
4. Егоршин А.П. Управление персоналом: учебник для вузов. М.: ЭКЗАМЕН, 2009. 524 с.
5. ОАО «Крупная Сервисная Компания» [Электронный ресурс] – URL: <http://msk.spravker.ru/> (дата обращения: 25.10.2016).

Т.Б. Шрамченко
канд. экон. наук, проф.
(ГУУ, г. Москва)

ИДЕАЛЬНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?

Можно ли говорить об идеальном руководителе? Каким он должен быть? К этому вопросу с определенной периодичностью обращаются теоретики и практики управления. На наш взгляд, сегодня он необычайно актуален и важен для российских компаний. Обусловлено это целым рядом обстоятельств.

1. Мы живем в турбулентной внешней среде. Причем уровень турбулентности постоянно увеличивается. Связано это, прежде всего:

- с состоянием нашей экономики, которая никак не может восстановиться со времен развала СССР (хотя прошло уже двадцать пять лет), нарастить свои темпы, развиваться по цивилизованному рыночному пути;
- с затяжными экономическими кризисами, которые стали неотъемлемой чертой нашей хозяйственной жизни, причем не успеваем мы выйти из одного кризиса, как нас накрывает волной следующего;
- с внутривнутриполитическими факторами, нестабильностью и неустойчивостью (метанием из стороны в сторону) правительственного курса в области экономики, социальной сферы (и, прежде всего, в образовании, здравоохранении, пенсионном обеспечении и пр.);

с международными факторами – нестабильностью и усиливающейся враждебностью в отношениях с западными странами и США, которая выражается в введении экономических санкций по отношению к России

отношению к России, наращиванием военного потенциала, что требует от нашей страны адекватной реакции, в том числе, перераспределения ресурсов, изменения государственного бюджета и др.

2. Растет сложность проблем, возникающих перед руководством организаций, и, одновременно, скорость изменения факторов внешней среды, что обуславливает необходимость сокращения времени на их решение. В этих условиях от руководителей требуется высокий профессионализм и умение сформировать работоспособную команду и успешно работать с ней.

3. Растет цена ошибок, тогда как ресурсы каждой организации ограничены. Кроме того, не следует забывать и о такой важной нематериальной составляющей любого бизнеса, как репутация, имидж организации. Заработать положительную репутацию сложно и трудно, требует немалого времени, а вот разрушить ее можно почти мгновенно.

4. Каждая компания старается найти свои инновационные пути решения возникающих перед ней проблем, что вполне разумно и объяснимо, поскольку обусловлено спецификой и условиями ее деятельности. Однако, не вызывает сомнения и тот факт, что есть общие принципы управления организациями в названных условиях, общие пути выхода из кризисных ситуаций, обобщение, анализ и изучение которых поможет современным руководителям.

Ведь, как известно, только дурак учится на своих ошибках, а умный человек учится на ошибках других.

5. Растут потребности людей, и их требования к качеству товаров и услуг, к обслуживанию, что усиливает конкуренцию компаний за клиента (потребителя). Одновременно, с развитием общества у него также растут требования к организациям (и в плане экологии деятельности, и экологичности выпускаемой продукции и услуг, и в отношении социальной составляющей бизнеса и пр.).

6. Меняется система ценностей людей и организаций, что должны учитывать последние. Причем это касается не только их сотрудников, но и их клиентов. Растет значение проблемы формирования и укрепления лояльности (приверженности) работников и клиентов данной организации.

7. Как и чем ответить на вызовы сегодняшнего дня?

Изменения, происходящие в экономике, социальной сфере, международной обстановке требуют развития управленческой мысли, концепций, механизмов управления, его методов и инструментов. Это не означает, что прежние подходы к управлению организацией полностью не пригодны и их надо забыть. Речь идет о том, что следует разрабатывать новые концепции, апробировать их на практике, развивать уже отработанные. Современный руководитель должен уметь использовать целый арсенал методов и инструментов, умело сочетать традиционные и инновационные механизмы управления организацией.

Таким образом, реалии сегодняшнего дня требуют от каждого из нас научиться жить и работать в этих условиях, а руководители должны управлять организациями и добиваться успеха, вне зависимости от изменяющихся условий хозяйствования. Это предъявляет особые требования к руководителю, а точнее усиливает значение целого ряда требований к ним.

Так что же означает понятие «идеальный руководитель»? На наш взгляд, это понятие имеет право на существование. Однако, сразу следует сказать, что понятие это «относительное». Можно выделить ряд подходов к решению этого вопроса. Во-первых, его можно рассматривать с определенных позиций:

- с позиции подчиненных – «идеальный руководитель глазами подчиненных»;

- с позиции собственника или руководителей более высокого уровня руководства – «идеальный руководитель глазами вышестоящего руководства»;
- с позиции эффективности функционирования организации – «идеальный руководитель глазами собственника и общества»;
- с позиции консультантов, оценивающих деятельность руководителя – «идеальный руководитель глазами консультантов»;
- с позиции самого руководителя, самооценка руководителя – «Я – идеальный руководитель».

Соответственно, исходя из каждой позиции, можно определить качества, которыми должен обладать идеальный руководитель, что и делают некоторые специалисты. Список таких качеств с различной степенью детализации приближается к сотне.

Во-вторых, при ответе на этот вопрос можно исходить из концепции лидерства, как это делает ряд зарубежных и отечественных специалистов. В этом случае справедлив тезис о том, что идеальный руководитель – это лидер. Однако, следует отметить, что существует великое множество концепций лидерства, каждая из которых делает акцент на своих особенностях понятия лидера и лидерства.

В-третьих, на наш взгляд, при определении понятия «идеальный руководитель» следует учитывать следующее:

- способности, которыми должен обладать руководитель, исходя из его функций и ролей. Следует отметить, что обладание необходимыми компетенциями само по себе не дает гарантии успешного решения проблемы;
- ситуация, с которой связаны возникшие проблемы;
- способности подчиненных, их опыт, время и успешность совместной работы, готовность к сотрудничеству;
- особенности межличностных отношений в коллективе, в том числе между руководителем и подчиненными;
- характеристики проблемы: сложность, важность, степень ее новизны, широта (масштаб) распространения;
- социально-экономические условия, в которых функционирует организация.

Учитывая вышесказанное, идеальным можно считать руководителя, который, обладая определенным набором компетенций, соответствующих его работе (выполняемым им функциям и ролям), успешно (качественно, своевременно) решает (устраняет) проблему, возникшую в данной ситуации, в существующих социально-экономических условиях, в данном коллективе, используя методы воздействия и индивидуальный подход к каждому подчиненному, раскрывая его творческий потенциал и вдохновляя его на результативную работу.

Среди качеств, которыми должны обладать современные руководители, можно особо выделить гибкость, интуицию, стратегическое мышление, целеустремленность, умение брать ответственность на себя и умение обоснованно рисковать, инновационный подход к делу, понимание того, что главная ценность в организации – это люди, желание и умение создавать творческую рабочую атмосферу и использовать интеллектуальный потенциал подчиненных, стрессоустойчивость. Безусловно, названы лишь наиболее важные именно сегодня качества руководителя, этот список этот может быть продолжен.

СЕКЦИЯ «КОРПОРАТИВНОЕ И АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ»

И.Н. Гольшкова
ст. преподаватель
Н.Е. Балашова
студент
(ГУУ, г. Москва)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА В РОССИИ

В современной России все чаще компании прибегают к использованию методов КСО в своей деятельности. Происходит создание специальных подразделений, занимающихся КСО, также методы находят свое отражение в миссии. Осознание важности КСО в России возникло в конце 90-х под влиянием международного рынка. «Мы должны действовать за пределами корпорации с такой же энергией и ответственностью, с которой мы создавали предприятия», – говорил Питер Друкер – один из самых влиятельных теоретиков менеджмента 20 века [5]. Цель данной работы – рассмотреть современное состояние корпоративного волонтерства как одного из этапов развития КСО.

На данном этапе развития современной экономики вопрос корпоративного волонтерства является актуальным и приобретает все большую популярность не только среди компаний-игроков международного рынка, но и среди российских. Все больше организаций осознают важность развития внешней среды. В соответствии со статистическими данными, 9 из 10 компаний в России в той или иной мере используют КВ в своей деятельности [2]. Основными источниками формирования данных о состоянии корпоративного волонтерства в России являются интернет-источники, в которых публикуются отчеты о деятельности компаний в социальной сфере. Единого определения термина еще не существует. Одну из трактовок можно охарактеризовать следующим образом: КВ – это благотворительная деятельность в корпорациях, участие сотрудников в социальных проектах на благотворительной основе. Ряд организаций настаивает на формулировке «корпоративное добровольчество» – русскоязычном синониме. Другие источники дают иное трактование: КВ – это процесс разделения ответственности за состояние социальной среды между руководством компании и ее сотрудниками. При таком союзе компания получает уменьшение негативных последствий своей деятельности, а сотрудники удовлетворение и осознанность важности своего вклада в сохранение окружающей среды и улучшение состояния незащищенных слоев населения [8]. Некоторые ученые рассматривают КВ как один из путей увеличения гражданской ответственности россиян. В настоящее время видна тенденция отказа компаний от пассивной благотворительности, активно развивается процесс вовлечения сотрудников в социальную деятельность и самостоятельные попытки решить проблемы населения. Также это создает основу для взаимодействия корпораций и стейкхолдеров. Сложность в создании такого рода диалога является одной из проблем внедрения КСО в России.

Вопрос корпоративного волонтерства затрагивает три стороны: корпорации, сотрудников и местное сообщество. В результате данной деятельности выигрывают все стороны, но стоит делать расчет на то, что происходит это только в долгосрочной перспективе. С одной стороны корпорации реализуют программы КСО, за счет корпоративного волонтерства бюджет на такие программы сокращается, повышают собственную репутацию в глазах потребителей и мирового сообщества, занимаются инновациями и управлением перемен [4]. Вполне обоснованно КВ можно назвать антикризисной политикой компаний, т.к. в условиях кризиса КВ – это возможность сохранить долгосрочные социальные программы, сократив расходы на них. С другой стороны сотрудники, которые получают моральное удовлетворение от своей деятельности, они работают в компании на протяжении длительного периода, живут ее идеями и видениями и помогают реализовывать миссию организации. Чувство единения и важности является одним из факторов, который по статистике повышает производительность труда на 20%. В последние годы все большее количество сотрудников выбирают работодателя, у которого хорошая репутация в местном сообществе и социально ответственный бизнес. Корпоративное волонтерство дает возможность принимать участие в решении проблем общества, также способствует увеличению организационной эффективности [6]. По данным журнала Fortune в рейтинг «100 лучших компаний-работодателей» вошли организации не только имеющие высокие финансовые показатели, но и те, кто применяет нефинансовые способы мотивации сотрудников. Одним из критериев счастья, по утверждению британских ученых, является работа в благотворительных организациях на общественных началах, так как именно тогда люди чувствуют себя частью единого целого. «Рабочее время – это половина жизни, и когда ценности человеческие и гражданская позиция совпадают с ценностями компании, человек живет в гармоничном пространстве и это всем во благо», – констатировал в своем интервью один из генеральных директоров ведущей российской компании [2].

При внедрении принципов корпоративного волонтерства нет единых правил и требований, каждая компания выбирает вид деятельности, который наиболее пригоден для ее сотрудников. Одна из наиболее известных программ всероссийского корпоративного волонтерства – «Линия жизни» (помощь тяжелобольным детям). На начало 2016 г. ее участниками являются более 100 компаний, в частности Альфа-банк, ТНК-ВР, СУЭК и др. [7]. Фонд напоминает своим партнерам, что даже в условиях ожесточенной конкуренции рынка и экономического кризиса в первую очередь нужно оставаться человеком. Другой пример вовлеченности в деятельность КВ- наставничество в сфере инновационных проектов. Общественная организация «Деловая Россия» выполняет роль бизнес-ангелов для проектов, которые не в состоянии реализоваться за счет собственных средств. В российской практике множество примеров помощи сотрудников корпораций детским домам, пенсионерам, инвалидам. Леруа Мерлен проводит программу «День открытых дверей для детей-сирот», в Intel организован сбор одежды, пострадавшим от пожаров, сотрудники Райффайзенбанк проводят мероприятия «Спорт во благо» – сбор средств для детей с синдромом Дауна [2]. Ежегодно компании публикуют отчеты о социальной деятельности, проводимой в рамках корпоративного волонтерства. Вопрос поощрения волонтеров в каждой корпорации решается индивидуально. Некоторые прибегают к статьям и фотографиям в корпоративных изданиях, официальным награждениям, персональным благодарностям и грамотам.

Эффективность программ корпоративного волонтерства велика, но между тем в России есть ряд факторов, препятствующих его развитию. Во-первых, для успешного проведения политики популяризации корпоративного волонтерства среди российских компаний требуются 2 предпосылки: инициатива снизу, непосредственно от самих работников и поддержка сверху, т.е. государства [3]. Еще в 2009 г. была предложена идея переноса части социальных расходов с бюджетных на внебюджетные источники, в условиях, когда государство в состоянии обеспечивать только текущие социальные расходы, такие как пенсии и особые выплаты (поправка к ФЗ от 11.08.1995 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях») [1]. Также сильное влияние оказывают незаинтересованность власти и низкая информированность населения. Многие компании ссылаются на то, что работа в сфере КВ требует упрощения отчетности по проектам, введения налоговых льгот для благотворительной деятельности. Безусловно, поддержка государства смогла бы в большой степени простимулировать бизнес к введению КВ в своих компаниях, и в данной экономической обстановке стоит обратить на это особое внимание. Но уже сейчас, несмотря на проблемы реализации, политика КСО имеет положительный вектор развития, все больше компаний начинают внедрять корпоративное волонтерство и формируется осознание важности сотрудничества бизнеса и государства [3].

В идеала развитие КСО и корпоративного волонтерства должно достигнуть такого уровня, когда эта политика пронизывает все аспекты деятельности компании, включена в стратегию развития и процесс принятия решения, осуществляется на постоянной основе. Сейчас выпускается множество рекомендаций по разработке эффективных программ корпоративного волонтерства, а также памятки для менеджеров по более грамотному внедрению и развитию программ, выпускаются сборники, проводятся форумы, на которых компании делятся своим опытом. В России наблюдается положительная тенденция развития КВ, что впоследствии поспособствует формированию активного гражданского общества.

Литература

1. Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ (ред. от 05.05.2014) «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях».
2. Корпоративное волонтерство в России. Сборник лучших практик / под ред. Т. Бачинской. 2012. С.10-42.
3. Балашова Н.Е. Проблемы развития корпоративного волонтерства в России. с.2.
4. Голышкова И.Н., Денисенко М.А. Оценка уровня компетенции руководства предприятия как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Вестник университета. 2009. № 19. С. 114-116.
5. Биография Питера Друкера. [Электр. ресурс] Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Друкер,_Питер_Фердинанд
6. Корпоративное волонтерство: инструкция по применению. [Электр. ресурс] Режим доступа: <http://hr-portal.ru/blog/korporativnoe-volonterstvo-instrukciya-po-primeneniyu>
7. Линия жизни. Партнеры. [Электр. ресурс] Режим доступа: <http://www.life-line.ru/about/partners>
8. Корпоративное волонтерство: опыт российских и международных компаний. [Электр. ресурс] Режим доступа: http://www.crno.ru/assets/files/skachat/roshura_youth2.pdf

И.В. Браусова
студентка
С.М. Сычёва
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

Современная экономическая ситуация в стране, которая характеризуется нестабильностью в сфере бизнеса потребовала от компаний повышенного внимания к разработке стратегии развития. В связи с кризисными явлениями в экономике страны возникает объективная необходимость искать новые подходы к определению и разработке стратегии компании.

В условиях стабильной экономической ситуации многие компании могли успешно функционировать на основе разработки только оперативной стратегии, опираясь в основном на ежедневную работу, решая внутренние проблемы, при которых достаточно было определить только стратегию эффективного использования ресурсов в текущей деятельности компании. В настоящее время, когда задача рационального использования ресурсов остается не менее важной, остро ставится вопрос об осуществлении такого управления, при котором важно учитывать адаптировать всю деятельность компании к быстро меняющейся внешней среде компании. Если раньше признавался тот факт, что крупные компании способны победить в конкурентной борьбе с малыми фирмами, то сейчас успех в конкурентной борьбе на стороне тех компаний, которые способны быстро адаптироваться к условиям изменяющейся внешней среды. В настоящее время, кроме политических факторов, связанных с регулированием бизнеса, наличие экономических санкций существенно повлияло на изменение запросов и позиции потребителей, вызвало рост конкуренции за ресурсы и способствовало появлению новых, неожиданных возможностей для развития бизнеса. Также рост информационных сетей, способствующих быстрому распространению информации, широкое использование современных технологий позволяет обострять конкурентную борьбу и отвоевывать место на информационном поле бизнеса. Все эти и ряд других факторов, привели к возрастанию роли стратегического управления для развития компании укрепления позиций на рынке в условиях быстро изменяющейся внешней среды.

Понятие стратегии, данное А. Чандлером, позволяет рассматривать ее как «определение основных долгосрочных целей и задач предприятия и утверждение курса действий и распределения ресурсов, необходимых для достижения этих целей» [9]. Тем самым, А. Чандлер указывает, что стратегия необходима для определения долгосрочных перспектив развития бизнеса путем сопоставления тех возможностей, которыми обладает компания и тех ресурсов, которые ей необходимы для осуществления эффективной деятельности с учетом рисков, которые имеются во внешней среде ее деятельности.

Известный специалист в области стратегического планирования И. Ансофф определяет стратегию как «набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности» [1]. В свою очередь, А. Ансофф выделяет отличительные особенности стратегии. Он считает, что весь процесс разработки стратегии для компании заканчивается

выработкой общих направлений ее развития, на основе которых компания обеспечит рост и укрепление конкурентных позиций на рынке. При этом общая стратегия компании – это основа для разработки стратегических планов для различных видов деятельности фирмы, которые должны сбалансировать все сферы деятельности компании с учетом меняющихся требований внешней среды для каждой из них. По И. Ансоффу, существует четыре различные групповые стратегии [1]:

- правила, которые используются для оценки результатов деятельности компании в настоящем и будущем. Качественная сторона критериев оценки считают ориентиром, а количественное содержание – заданием;
- правила, по которым складываются отношения компании с ее внешней средой (решение какие виды продукции производить, какие технологии разрабатывать, какие рынки сбыта использовать). Такой набор правил считают стратегией бизнеса или продуктово-рыночной стратегией;
- правила, согласно которым устанавливаются отношения и процедуры внутри компании. Эти правила называют организационной стратегией;
- правила, на основе которых компания ведет свою повседневную деятельность – основные оперативные приемы.

Зарубежные экономисты Г. Кунц и С. О’Доннел определяют стратегию как генеральную программу действий, на основе которой выявляются приоритеты проблем и ресурсов для достижения основной цели деятельности компании. Сама по себе стратегия формулирует главные цели и основные пути их достижения, позволяя компании определить единое направление движения [6].

Попытку дать наиболее обобщенное определение стратегии предпринимает Г. Минцберг [7, 8]. Он рассматривает стратегию как единство «5Р»: план (plan), образец, модель, шаблон (pattern), позиционирование (position), перспектива (perspective) и проделка, отвлекающий маневр (ploy).

Питер Ф. Друкер в своей книге «Эффективное управление» подробно рассматривает, какой должна быть стратегия современной компании. По его мнению, стратегия компании должна [4]:

- решить, какие возможности она хочет реализовать и какие риски она может принять на себя;
- решить вопрос о масштабах и структуре бизнеса компании, определить баланс соотношений между специализацией, диверсификацией и интеграцией;
- сделать выбор между затратами кампании и временем, между созданием своего бизнеса и покупкой другого или участием в совместном бизнесе, чтобы достичь своих целей;
- определить организационную структуру, основываясь на реальном положении дел в компании, с ее возможностями и программой деятельности.

Таким образом, главная задача стратегии – перевести организацию из ее нынешнего состояния в желаемое руководством будущее состояние. Стратегия в современных условиях необходима для сбалансированного взаимодействия компании с внешней средой и конкурентным окружением, которое способствует достижению долгосрочных целей бизнеса в соответствии с внутренними возможностями компании на основе быстрого приспособления их к внешним требованиям экономического, политического и социального пространства.

В целом, изучение существующих концепций стратегического управления приводит к выводу о том, что само стратегическое управление компании не охватывает всего спектра процессов развития бизнеса, а направлено, прежде всего, на устранение проблем, вызванных кризисным состоянием экономики. Система разработки стратегии в компании дает возможность владельцам (акционерам) компании и менеджменту компании:

- определить направления и темп развития бизнеса;
- выделить глобальные тенденции современного рынка;
- выявить, какие организационные и структурные изменения необходимы компании, что бы повысить ее конкурентоспособность;
- определить преимущества компании в конкурентной среде;
- определить инструменты, необходимые для успешного развития бизнеса.

Несмотря на то, что концепция разработки стратегии существует давно, и к рассмотрению данного вопроса обращались многие зарубежные и российские авторы, большинство российских организаций пока не осознает значение формирования стратегии для долгосрочного функционирования организаций в конкурентной среде. В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации организации должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, но и выработать долгосрочную стратегию поведения, которая позволяла бы успевать за изменениями, происходящими во внешнем окружении [2]. Ускорение изменений в окружающей среде, появление новых запросов и изменение позиций потребителей, рост конкуренции за ресурсы, интернационализация бизнеса, появление новых неожиданных возможностей для бизнеса, открываемых достижениями науки и техники, развитие информационных сетей, делающих возможным быстрое распространение и получение информации, широкая доступность современных технологий, изменение роли человеческих ресурсов, а также ряд других причин привели к резкому возрастанию значения стратегического управления. Сущность современного стратегического управления, несмотря на различие подходов, заключается в том, что формирование и реализация стратегии должно быть основано на непрерывном контроле и анализе изменений окружающей среды, а также оценке внутренних изменений деятельности компании, направленной на достижение стратегических целей в условиях именно нестабильной внешней среды. Однако, стабильность функционирования компании, ее финансового положения зависит, прежде всего, от условий внешней среды (окружения). Постоянно изменяющаяся внешняя среда требует такой системы организации производства, которая бы обладала гибкостью всего бизнеса, на котором основана компания. Поэтому быстрое изменение внешней среды необходимым условием выдвигает разработку новых стратегий, основанных не только на поиске путей выхода из кризиса, но и на определении перспектив с учетом различных вариантов перспективного развития внешней среды с учетом всех ее факторов [5]. Практика разработки стратегии на российских предприятиях позволяет отметить различные подходы, которые зависят, прежде всего, от размера бизнеса и политики управления в компании:

- в небольших компаниях, которые управляются сами владельцами, разработка стратегии осуществляется в ограниченных масштабах и не содержит всего спектра процедур разработки стратегии, а обоснование стратегии достаточно краткое и имеет простую структуру, что определяется ограниченными видами деятельности фирмы;

- в крупных компаниях, особенно корпорациях, стратегии включают в себя систему плановых показателей, пути достижения запланированных результатов деятельности, сроки их выполнения и ответственных за реализацию стратегии.

Однако просматриваются и недостатки разработки стратегии, характерные для большинства компаний:

- во-первых, слабо разработаны, или не определены совсем, стратегические альтернативы, учитывающие различные варианты изменений внешней среды;
- во-вторых, анализ стратегических альтернатив зачастую отсутствует, разработана только стратегия на основе текущих изменений внешней среды, без учета вариативности изменений внешнего окружения.

Поэтому руководители компаний должны сконцентрировать внимание при разработке стратегии на анализе альтернативных стратегий и эффективном обосновании выбора оптимальной стратегии для конкретных условий внешней среды компании с учетом внутренних ресурсов компании.

Практика бизнеса показала, что не существует единой стратегии для всех компаний, даже работающих в одной отрасли, как и не может быть единого подхода к разработке стратегии [3]. Каждая компания уникальна, поэтому индивидуален и подход к стратегическому управлению, к процессу выработки стратегии, поскольку зависти от конкурентной позиции компании на рынке, динамики ее развития, ее потенциала, общего и конкретного внешнего окружения, характерных производственных факторов. Однако, общие подходы к формулировке стратегии, те общие рамки, в которые стратегии должны быть вписаны универсальны.

Подведя итог вышесказанному, можно лишь согласиться с известным родоначальником концепции стратегического менеджмента И. Ансоффом, который выделяет несколько отличительных особенностей стратегии.

1. Процесс выработки стратегии заканчивается установлением общих направлений деятельности компании. Эти направления определяют рост бизнеса и укрепление позиций компаний на конкурентном рынке.

2. Сформулированная стратегия компании используется для разработки стратегических проектов методом поиска. Роль стратегии в поиске состоит в том, чтобы, с одной стороны состоит в том, чтобы сконцентрировать внимание на отдельных участках или возможностях и отбросить те возможности, которые несовместимы с выбранной компанией стратегией.

3. Потребность в данной стратегии исключается, как только реализация мероприятий выведет компанию на желаемый уровень развития.

4. В процессе формулирования стратегии невозможно предугадать все возможности, которые определяются при составлении проекта конкретных мероприятий. Поэтому чаще всего компании приходится пользоваться достаточно обобщенной, неполной и неточной информацией об имеющихся альтернативах.

5. Появление более точной информации может поставить под сомнение эффективность первичной стратегии. Следовательно, необходима обратная взаимосвязь, позволяющая переформулировать разработанную стратегию компании.

Таким образом, грамотно разработанная стратегия в современных условиях быстро меняющейся и экономически сложной внешней среды будет способствовать развитию компании, позволит сохранить свои конкурентные позиции, адаптироваться к изменениям, вызванным кризисными явлениями, способна обеспечить финансовую устойчивость компании. Разработка

стратегии компании – залог эффективности ее деятельности в условиях сложного современного рынка.

Литература

1. Ансофф И. Стратегическое управление. М.: Экономика, 1989.
2. Виханский О.С. Стратегическое управление. М.: ЮНИТИ, 2011.
3. Демчук О.Н., Ефремова Т.А. Управление организацией. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.
4. Дукер П.Ф. Эффективное управление. М.: Экономика, 2012.
5. Ключкова А.В. Разработка стратегии предприятия в условиях кризиса // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2016. № 1.
6. Кунц Г., О'Доннел С. Управление: системный и ситуационный анализ. М.: Прогресс, 1993.
7. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. СПб.: Из-во Питер, 2000.
8. Минцберг Г., Куин Дж.Б., Гошал С. Стратегический процесс. СПб.: Изд-во Питер, 2001.
9. Чандлер А. Стратегия и структуры. М.: Инфра-М, 2011.

М.В. Ермошин
аспирант
(ГУУ, г. Москва)

ВЛИЯНИЕ РАЗЛИЧИЙ КОРПОРАТИВНЫХ КУЛЬТУР НА ПРОЦЕСС СЛИЯНИЯ КОМПАНИЙ

Практика показывает, что, планируя слияние компаний, необходимо всегда учитывать фактор корпоративной культуры. Ведь несоответствие корпоративных культур сливающихся компаний, а также несоответствие культур целям могут привести к тому, что ожидания выгод от слияния окажутся ложными.

По данным американских экспертов, почти половина приобретенных компаний продается в течение следующих пяти лет, а 90% объединений никогда не достигают ранее запланированных показателей. Как правило, дело не в вопросах финансирования или оптимизации различных бизнес-процессов, а в несоответствии корпоративной культуры планам развития корпорации или в полном отсутствии планомерной работы по корпоративной культуре [2, с. 9].

Опираясь на динамическую концепцию американских авторов Д. Бека и К. Кована можно выделить несколько видов корпоративной культуры: культура принадлежности, силы, правил, успеха и согласия. Все эти культуры являются уровнями в общей модели спирального развития. Согласно этой концепции, культурные изменения должны проходить плавно и поэтапно, а главное, в соответствии с условиями окружающей среды. Что в практическом смысле означает, что изменить корпоративную культуру могут только изменившиеся условия, будь то внешняя среда компании или внутренняя.

Выделив пять основных уровней корпоративной культуры, необходимо отметить, что в процессе развития корпоративная культура зачастую будет оказываться в, так называемых, стыковых зонах. А именно, иметь черты

культур, находящихся на соседних уровнях. Это происходит из-за того, что культура не может мгновенно измениться, для этого необходимо время и масса условий.

Важным моментом является определение динамики корпоративной культуры и причин ее состояния. Положению культуры на стыке двух ступеней могли предшествовать противоположные явления. Необходимо определить, находится ли культура в застое, наблюдается ли спад или, наоборот, имеет место быть положительная динамика.

Чтобы эффективно воздействовать на корпоративную культуру, необходимо воздействовать на условия, в которых сотрудники осуществляют свою деятельность. Меняя условия труда, возможно повлиять и на корпоративную культуру предприятия.

Естественный путь развития и постановки перед собой все более и более масштабных задач уже развивает каждого из нас. Однако этот путь не дает четкого видения вертикали развития. Масштабирование задач может быть горизонтальным (а не объемным), и, как следствие уводит наш рост в сторону [1].

При планировании слияния необходимо учесть направление работы с корпоративной культурой. В зависимости от целей, сложившейся ситуации и специфики компаний может быть три сценария синтеза корпоративных культур:

- Одна культура полностью растворяется в другой и теряет свои характерные черты;
- Культуры сохраняют автономию и сосуществуют вместе;
- В процессе слияния вырабатывается новая корпоративная культура, которой и придерживается предприятие в дальнейшем.

Если предполагается реализация первого сценария, то, в таком случае можно говорить о двух возможных вариантах. Первый – культуры компаний должны быть на одном уровне по спирали. Такой вариант представляется максимально удачным, поскольку в этом случае, времени и средств на адаптацию новой части компании потребуется меньше, нежели в случае, когда корпоративные культуры будут находиться на разных уровнях. Если корпоративные культуры находятся на одном уровне, то изменения будут проходить по вертикали. А такой вариант максимально «безболезненный» для присоединяемой компании, т.к. сотрудникам будет более понятны происходящие перемены. И чем быстрее и эффективнее процесс реорганизации будет завершен, тем успешнее будет деятельность компании, конечно если в план реорганизации это изначально было заложено.

Второй вариант предусматривает то, что культура компании, которая останется после слияния должна быть выше по спирали культуры компании, которая по плану должна прекратить свое существование. В этом случае появляется ряд сложностей. Для того, чтобы культура перешла на новый уровень, необходимо, как говорилось выше, наличие ряда условий. И при принятии решения о слиянии необходимо это учитывать, ведь если какие-то условия будут не удовлетворять требованиям, то переход культуры на новый уровень будет невозможен, а это может повлечь за собой ряд убытков. Более того при проведении предварительного анализа корпоративной культуры необходимо исключить всяческие ошибки.

Чем дальше по спирали поглощаемая культура, тем сложнее бороться с сопротивлением сотрудников, являющимися носителями данной культуры и тем сложнее организовать ее превращение. Поскольку, управляя развитием корпоративной культуры, необходимо руководствоваться принципом

эволюционизма, и руководство компании может лишь, создавая необходимые условия, грамотно и точно стимулировать естественные процессы развития.

Если поглощаемая культура находится ниже по спирали на две ступени, то при поглощении, высок риск так называемой мимикрии, т.е. ситуации, когда по внешним признакам культура будет похожа на ту, которая нужна, а ценности, которыми руководствуются сотрудники останутся прежними. Это приведет к тому, что эффективность такого подразделения окажется гораздо ниже запланированной, поскольку многие механизмы не будут работать. Например, если пытаться превратить культуру силы сразу в культуру успеха, миновав культуру правил, заявив о том, что конкуренция внутри организации теперь отвечает строгим правилам, а эффективность оценивается по системе КПЭ, то очень высок риск того, что правила постоянно будут нарушаться, а система КПЭ станет лишь формальностью. А если осуществлять поэтапное превращение культуры, то этот процесс затянется.

Если рассмотреть сценарий, где в процессе слияния двух культур образуется третья со своими уникальными чертами, то здесь также предпочтителен вариант, при котором культуры компаний будут на одном уровне.

Если культуры компаний находятся на одном уровне, то новая культура, в зависимости от целей, может остаться на этом же уровне, а может развиваться до следующего, если будут соблюдены все необходимые для этого условия.

Если же рассматривать случай, когда культуры компаний на соседних уровнях, более удачным представляется вариант, когда новая культура будет соответствовать тому уровню, на котором находится культура «старшей» компании. Создание новой корпоративной культуры, соответствующей ступени, которая находится выше «старшей» представляется затруднительным, поскольку в этом случае младшей культуре придется преодолевать две ступени, а это, весьма затруднительно.

При реализации сценария, который предполагает сохранение всех культур ситуация весьма схожа. Корпоративные культуры компаний должны быть либо на одном уровне, либо на соседних. В такой ситуации встает вопрос о взаимодействии субкультур на предприятии. Максимально эффективным их взаимодействие предполагается в том случае, если различие культур соответствует организационной иерархии.

Культура подразделения, находящегося выше по иерархии может быть на ступень выше по спирали подразделения, находящегося ниже, но она не может быть выше на две ступени, т.к. в таком случае возникнет переизбыток лидерства либо его острая нехватка в зависимости от того, к коллективными или индивидуалистическими они являются. Также она не может быть и ниже по спирали, т.к. это приведет к снижению эффективности подразделения.

Если рассмотреть горизонтальное взаимодействие подразделений с разными культурами, с точки зрения спирали, то здесь все будет зависеть от специфики деятельности компании и рынка на котором она работает. Необходимо определить кто является лидером цепочки, и именно это подразделение может иметь культуру на ступень выше по спирали, но не ниже.

Литература

1. Спиральная динамика, или как стать лидером высшего уровня // E-xecutive. Сообщество менеджеров URL: <http://www.e-xecutive.ru/career/hr-management/1771246-spiralnaya-dinamika-ili-kak-stat-liderom-vysshego-urovnya> (дата обращения: 28.10.2016).

2. Стадник А.А. Интеграций корпоративных культур // Управление компанией. 2004. № 3. С. 69-71.

М.Б. Жернакова
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

В условиях современных социально-экономических преобразований в российской экономике особое значение приобретает профессионализм управления. Принятие управленческих решений всегда является делом сложным и ответственным, но особое значение приобретает качество управленческих решений в ситуации кризиса и нарастающей нестабильности внешней среды. Кроме качества принимаемых решений для успешного функционирования и развития организации имеет значение профессиональная грамотность, мотивированность, исполнительская дисциплина всех работников системы управления, как руководителей, так и исполнителей. В этой связи целесообразно рассматривать профессионализацию управления как условие обеспечения экономической безопасности организации.

Если рассматривать факторы экономической безопасности организации, то можно в самом общем виде, отнести к ним следующие:

- *организационные* факторы, например, обеспечение рационального построения организации, обеспечение эффективных коммуникаций, организацию ведения работ, разделение прав и ответственности, системы контроля и др.;
- *экономические* факторы, например, планирование запасов и рационального использования ресурсов, применение адекватных ситуации методов и подходов к экономическому анализу и др.;
- *социальные* факторы, например, обеспечение взаимодействия и сотрудничества, сплоченности трудового коллектива и др.;
- фактор *профессионализации управления*, например, высокий профессиональный уровень работников, их готовность и желание работать, инновационная активность, ответственность и др.

Особое место занимает в этом списке фактор профессионализации управления, так как именно от него зависит, будут ли реализованы вышеперечисленные организационные, экономические и социальные факторы в целях обеспечения экономической безопасности организации.

В современном толковом словаре русского языка под редакцией Т.Ф. Ефремовой термин профессионализация рассматривается в двух вариантах: либо как избрание человеком какого-либо занятия своей профессией; либо как переход работника в разряд профессионалов. Следует заметить, что оба эти варианта имеют прямое отношение к управлению организациями как виду деятельности.

Первый вариант имеет отношение к управлению организациями в том отношении, что работник, занимающий должность руководителя должен осознавать, что это не просто должностная позиция в организации, а профессия. Она имеет свою область деятельности, предполагает наличие специальных знаний, умений и навыков. Второй вариант понимания рассматриваемого термина в отношении управления организацией означает повышение профессионального уровня работника настолько, что он становится высококлассным специалистом в этой области.

В целом, профессионализм управления зависит от образования и специальной подготовки руководителей и всего персонала управления. При этом большую роль играет приобретение практического опыта, освоение новых технологий управления, в том числе, современных технологий информационного обеспечения управленческих процессов. Обучение и профессиональная подготовка специалистов в области управления организациями в общественном сознании тесно связана с системой высшего образования. Однако в то же время наблюдается вполне справедливый скептицизм относительно того, что подготовить менеджера из студента практически невозможно. В этом, безусловно, есть существенная доля правды. На наш взгляд, даже при условии высокого качества преподавания, хорошей методической базы и условий обучения студентов, специфика профессии менеджера такова, что не представляется возможным подготовить руководителя высокого уровня «в один прием» – за время обучения в вузе. Хорошо известно, что потенциал менеджера накапливается постепенно, в течение жизни, увеличивается с приращением опыта управленческой деятельности.

Формирование потенциала менеджера происходит поэтапно. По уровню компетентности различают менеджеров первого, второго и третьего уровня.

Менеджер первого уровня способен выполнять стандартные операции и разработанные процедуры. Он способен использовать те методики, которым его обучили. Для него характерна реакция на существующие проблемы в соответствии с известными ему правилами, либо в соответствии с навыками, приобретенными чаще всего методом «проб и ошибок».

Менеджер второго уровня компетентности ведет себя как профессионал, заинтересованный в развитии собственных способностей, собственного стиля решения проблем. Как правило, он умеет мыслить системно, а не просто собирать факты, делать выбор в неопределенных ситуациях, которые не предусматривают стандартных, заранее запрограммированных решений. Он способен применять принципиально новые подходы к решению как старых, так и новых проблем. Это уровень менеджера – профессионала, который способен применять не только изученные методики решения освоенных им задач, но и весь комплекс знаний, называемый наукой управления.

Менеджер третьего уровня компетентности работает на уровне свободного выражения своей личности в профессиональной деятельности. Особое значение здесь приобретают этические стандарты, моральные нормы, система ценностей менеджера. Именно они являются той базой, на которой основываются его подходы к осмыслению проблем и выбору решений. При этом, система научных знаний, конкретные методики принятия решений пропускаются через призму личности менеджера, а в процесс анализа информации и выработки решений включается интуиция, что дает основания считать этот уровень искусством управления [1, с. 66-67].

Приведенные уровни компетентности менеджера можно соотнести с уровнями руководителей в организации. Так, с точки зрения своего предназначения, высший уровень руководства призван вырабатывать стратегию, а средний и низший – тактику управления. Руководитель высшего уровня должен знать все функциональные области управления (производство, финансы, маркетинг, правовые вопросы и т.д.). При этом требуется наличие стратегического мышления, творческого характера и определенных психологических качеств. Вместе с тем, руководитель высшего уровня своими руками рутинную и техническую работу не делает. Его задача – организовывать, делегировать, контролировать.

Руководитель среднего уровня сосредотачивает свое внимание на гораздо более узкой области управления. Он, как правило, является экспертом в пределах своей функциональной области, где выполняет не только функцию организации, но и такие действия как планирование, мотивация, контроль и т.д.

Высший руководитель взаимодействует с внешней средой организации: обращается в обществе, в деловых и политических кругах, а средний работает в пределах одного бизнеса.

Сопоставляя уровни руководства и уровни компетентности менеджеров, становится очевидно, что менеджер первого уровня может работать лишь на первичном уровне управления. В то же время нельзя сказать, что здесь требуются минимальные знания и минимальные навыки управления. Работа на первичном уровне – это чаще всего работа с людьми – исполнителями и она может быть чрезвычайно сложной из-за необходимости налаживания взаимодействия и сотрудничества в коллективе.

Компетентность менеджера второго уровня может применяться на первичном и среднем уровне руководства. Это более высокий уровень профессионализма, который определяется системными знаниями науки управления. Однако для работы на высшем уровне управления у менеджера второго уровня компетентности может не хватить интуитивного восприятия ситуации, что в целом снизит эффективность его деятельности. Менеджер третьего уровня компетентности, владеющий искусством управления может применять свои знания и способности на любом из уровней управления организацией.

Может показаться, что для организаций наилучший вариант – использование на всех уровнях менеджеров высшей компетенции. Однако если учесть, что это, как правило, работники с высоким образованием, и наличием практического опыта, то становится весьма затруднительным обеспечить все рабочие места именно такими менеджерами – и с точки зрения наличия таких специалистов на рынке труда в достаточном количестве, и с точки зрения необходимости высокого уровня оплаты их труда.

Востребованность менеджеров с высшим уровнем управленческой компетентности на практике чрезвычайно высока. Несмотря на существующее сегодня мнение, что у нас в стране переизбыток менеджеров, на наш взгляд потребность в них не удовлетворена, и в ближайшей перспективе удовлетворена не будет. Есть множество причин для объяснения дефицита высокопрофессиональных руководителей. Это и недостаточно высокое качество подготовки в некоторых вузах, и недостатки в содержании самой теории менеджмента, в методическом обеспечении образования и др.

В структуре потенциала менеджера образование занимает существенную часть. Большой частью имеется ввиду профессиональное образование, которое как раз и является необходимым условием для того, чтобы человеческий ресурс превратился в человеческий капитал. Формирование потенциала менеджера начинается в процессе обучения в вузе. Вуз закладывает основы системы профессиональных знаний. Он закладывает норму выполнения работы как общую с точки зрения поведения работника в организации, так и профессиональную, с точки зрения подходов к решению проблем, выбора методов и применения конкретных методик.

Литература

1. Шипилина Л.А. Технология управления саморазвитием менеджера: учебное пособие. Омск: Омский гос.пед.ун-т, 1998. 186 с.

О.Г. Казеева
аспирант
(ГУУ, г. Москва)

ПРИНЦИПЫ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ УПРАВЛЯЮЩИХ КОМПАНИЙ В КЛАСТЕРЕ

Тема кластеров для России сравнительно молода. И проблема грамотного управления сегодня весьма актуальна. Для повышения качества управления можно воспользоваться стандартами корпоративного управления и применить их к управлению кластерами, как это сделал например Е.С. Куценко, адаптировавший принципы корпоративного управления ОЭСР к управлению кластерами. Итогом адаптации стал такой список [1] требований к управляющим кластерным структурам:

- Обеспечение равного отношения к участникам;
- Обеспечение эффективного контроля за спецорганизацией со стороны высших органов управления кластером;
- Подотчетность высших органов управления перед его участниками;
- Обеспечение механизмов повышения эффективности участия заинтересованных лиц в кластере;
- Обеспечение раскрытия информации.

Этот список неполон и должен дополняться, но его уже можно взять как основу. Более детальная разработка функций управляющей структуры кластера позволит добиться четкого понимания управляющей компанией своей роли.

На сегодняшний день задачи большинства компаний, призванных управлять кластерами, определены органами государственной власти [3, 4, 7]. Юридически у компаний-управленцев есть четкий круг обязанностей, но фактически им порой отводятся разные по полноте обязанностей и полномочий роли, от простого проводника государственной поддержки до непосредственно управляющей компании, которая должна курировать все аспекты деятельности кластерного образования.

Среди компаний, выполняющих управленческие функции в кластерных образованиях, выделяют специализированную организацию, управляющую компанией, центр кластерного развития, организацию-координатора. Эти организации так или иначе вовлечены в управление кластерами, иногда в качестве одной компании-руководителя, а иногда кластером управляют сразу несколько компаний. Хотя есть предположения, что порой кластерное образование не имеет управляющей компании [5]. Здесь речь пойдет именно об управляющих компаниях, а не об органах самоуправления, например совете кластера.

Так как реализация кластерной политики началась в России сравнительно недавно, различия между компаниям-управляющими часто неочевидны. Подчас происходит смешение функций, что приводит к размыванию ответственности, а в итоге функционирование кластера происходит неоптимальным образом.

Определение специализированной организации приведено в постановлении Правительства РФ от 31.07.2015 № 779 "О промышленных кластерах и специализированных организациях промышленных кластеров": это организация, осуществляющая методическое, организационное, экспертно-

аналитическое и информационное сопровождение развития промышленного кластера [4].

Список функций специализированной организации промышленного кластера закреплен там же. В функции специализированной организации входит:

- Разработка и реализация программы развития кластера;
- Организация подготовки, переподготовки, повышения квалификации и стажировок кадров;
- Предоставление консультационных услуг в интересах участников промышленного кластера;
- Организация вебинаров, круглых столов, конференций, семинаров в сфере интересов участников кластера;
- Проведение мониторинга состояния промышленного, научного, финансово-экономического потенциала территорий;
- Предоставление данных мониторинга участникам промышленного кластера;
- Организацию вывода на рынок новых продуктов, произведенных в рамках промышленного кластера;
- Развитие кооперации участников промышленного кластера в научно-технической сфере;
- Организация выставочно-ярмарочных и коммуникативных мероприятий в сфере интересов участников промышленного кластера, а также их участия в выставочно-ярмарочных и коммуникативных мероприятиях, проводимых за рубежом [4].

Специализированная компания есть у подавляющего большинства Российских кластеров, и это скорее всего вызвано тем, что её наличие – это одно из обязательных условий для получения субсидии из федерального бюджета [5].

Для инновационного кластера обязательна организация-координатор, которая осуществляет организационное и информационное обеспечение взаимодействия участников пилотного кластера в ходе подготовки и реализации его программы развития [2]. В принципе, определение организации-координатора пересекается с определением специализированной компании и их отличие в том, что специализированная компания должна присутствовать у промышленных кластеров, а организация-координатор у инновационных.

Причина разных названий у по сути одинаковых по назначению компаний в том, что разные кластеры поддерживают разные министерства: министерство экономического развития РФ развивает программу поддержки инновационных кластеров, тогда как министерство промышленности и торговли сделало акцент на промышленных кластерах. Таким образом, между этими видами кластеров искусственно сделано различие, которое выражается в том числе в разных названиях управляющих компаний.

Когда речь заходит о центре кластерного развития (ЦКР), то можно дать такое определение: это организация, обеспечивающая методическое, организационное, маркетинговое и иное сопровождение реализации кластерной политики, координацию взаимодействия участников советов по развитию кластеров, разработку и координацию реализации кластерных проектов [3]. Определение очень близко к определению специализированной организации, с тем отличием, что обычно здесь речь об управлении несколькими кластерами, часто с акцентом на субъекты малого и среднего предпринимательства.

Но бывает, что центр кластерного развития заявляют как исполняющий роль специализированной организации [8]. А например в Новосибирской области законодательно разделили управляющие компании на два типа, отделив центр кластерного развития региона, в задачи которого входит поддержка различных кластеров, возникающих в регионе, и центры развития кластера, в задачи которого входит управление конкретным кластером [5].

Если суммировать и обобщить функции вышеназванных организаций (специализированной организации, ЦКР, организации-координатора), то получится список общих функций управляющей компании:

- Мониторинг участников кластера;
- Привлечение внебюджетного финансирования;
- Проведение коммуникационных мероприятий;
- Поддержка кластерных (кооперационных) проектов [6];
- Разработка и реализацию программы развития кластера;
- Организация мероприятий повышения квалификации и стажировок кадров;
- Мониторинг состояния промышленного, научного, финансово-экономического потенциала территорий;
- Организация вывода на рынок новых продуктов;
- Контроль за соответствием деятельности участников проекта целям деятельности кластера;
- Координация деятельности участников проекта [7].

Если продолжить обобщение, то получим краткий список функций, которые выполняют управляющие компании в кластере:

- Планирование (разработка программ развития);
- Организация (вывод новых продуктов, организация мероприятий, привлечение финансирования);
- Координация (проведение мероприятий, мониторинг участников);
- Контроль.

Но в этом списке отсутствует такая важная функция как мотивация. У всех рассмотренных руководящих компаний мотивационной функции практически не отведено места. Управляющие организации заняты поиском финансирования, написанием отчётов, проведением мероприятий, проверкой отчётов от участников, но проблемой стимулирования организаций, входящих в состав кластера, а также привлечением новых участников по сути не занят никто.

Вопросом заинтересованности персонала, повышений квалификации кадров заняты сегодня многие. Но будет ли это эффективно, если работники, даже прошедшие стажировку за рубежом и приехавшие внедрять полученный опыт на родном предприятии, столкнутся с апатией со стороны руководства и остальных работников? Встает вопрос о проработывании единой мотивационной программы для предприятия в целом, чтобы организации-участники точно понимали свою роль и место в кластере. Чтобы фирмы стремились попасть и остаться в кластере не потому, что их объединили указом свыше, но чтобы организации четко понимали свои выгоды от их участия в кластере.

Кластер не должен быть константной системой, он должен развиваться. Но развивать систему в целом без развития её составляющих невозможно. Развитие организаций-участников, их четкое осознание своей функции в кластере, позволит повысить уровень предлагаемых кластером услуг и продуктов, улучшит инновационную активность, что в конечном счете приведет к более быстрому выходу на самоокупаемость.

Список основных функций управляющих компаний закреплён законодательно, и вероятность того, что в ближайшее время инициатива развития мотивационной функции будет спущена сверху, крайне мала. Именно поэтому управляющим организациям необходимо самостоятельно начинать развивать программы по привлечению, удержанию и повышению эффективности взаимодействия организаций-участников кластеров.

Литература

1. Куценко Е.С. Условия формирования эффективной коммуникации в кластере // Материалы 4-й Международной научно-практической конференции. – Издательство Пермского национального исследовательского политехнического университета, 2014. С. 100-105.
2. Порядок формирования перечня пилотных программ развития инновационных территориальных кластеров" от 22.02.2012 протокол № 6-АК // сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. 7 с. URL: http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/mer/resources/620d3e804a917dbdad7afd2f7584aa35/poryadok_otbora_klasterov.doc (дата обращения: 14.09.2016)
3. Постановление Правительства Новосибирской области от 16 апреля 2012 г. № 187-п "Об утверждении Концепции кластерной политики Новосибирской области".
4. Постановлении Правительства РФ от 31.07.2015 № 779 "О промышленных кластерах и специализированных организациях промышленных кластеров".
5. Система менеджмента для управляющих компаний инновационных территориальных кластеров Российской Федерации. Аналитический отчет. НИУ ВШЭ и Фонд ЦСР «Северо-Запад», 2014. 250 с. URL: http://cluster.hse.ru/doc/management_companies_clusters.pdf 15.08.2016
6. Таранов Д.В. Роль специализированной организации в развитии инновационных территориальных кластеров // Материалы 4-й Международной научно-практической конференции. Изд-во Пермского национального исследовательского политехнического университета, 2014. С. 117-119.
7. Федеральный закон "О международном медицинском кластере и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 29.06.2015 № 160-ФЗ.
8. Центр кластерного развития Санкт-Петербурга URL: http://spbcluster.ru/cluster_spb/center/ (дата обращения: 15.08.2016).

М.Ю. Каталкина
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

РИСКИ РЕОРГАНИЗАЦИИ

В экономическом слове реорганизация определяется как преобразование организационной структуры и структуры управления предприятия при сохранении основных средств и производственного потенциала предприятия [3]. Ряд авторов под реорганизацией понимают преобразование, переустройство организационной структуры и управления

предприятием при сохранении основных средств, производственного потенциала предприятия [5].

С правовой точки зрения, в российской экономике реорганизация компании представляет собой процесс перемены лиц в имущественных и иных правоотношениях в порядке универсального правопреемства. Реорганизация направлена на изменение организационно-правовой формы компании, выделение из ее состава новых юридических лиц или их слияние/присоединение. Правовые основы реорганизации регламентируются Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральными законами «Об акционерных обществах», «Об обществах с ограниченной ответственностью», «О защите конкуренции» и некоторыми другими правовыми актами.

В соответствии с п. 1 ст. 57 Гражданского кодекса Российской Федерации реорганизация может быть проведена в следующих формах: слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование [1]. Среди возможных форм реорганизации две – слияние и присоединение – являются наиболее эффективными и распространенными инструментами интеграции.

В соответствии с российским законодательством, слияние – это возникновение нового общества путем передачи ему всех прав и обязанностей двух или нескольких обществ с прекращением последних. Присоединением общества признается прекращение одного или нескольких обществ с передачей всех их прав и обязанностей другому обществу [2].

Многие компании в настоящее время стремятся быть активными игроками на рынке слияний и поглощений, о чем свидетельствуют результаты проводимых исследований. По данным информационно-аналитического проекта Mergers.ru / «Слияния и Поглощения в России», в первом квартале 2016 г. было зафиксировано 158 завершенных сделок, во втором – 124, в третьем – 148 [4].

Несмотря на то, что слияния и поглощения компаний один из распространенных путей развития, к которому прибегают в настоящее время даже самые успешные компании, стоит отметить, что интеграция – достаточно сложный и многоаспектный процесс, на результат которого оказывают влияние различные факторы. Учитывая результаты анализа литературы, исследований (в том числе авторских), точек зрения экспертов, принимавших участие в слияниях и поглощениях компаний, можно выделить следующие укрупненные факторы, влияющие на интеграцию:

1. Текущий этап развития экономики России.
2. Стадия жизненного цикла отрасли.
3. Этап жизненного цикла компаний-участниц интеграции.
4. Обоснованность цели интеграции.
5. Соответствие выбранной компании-цели задачам интеграции.
6. Согласованность условий интеграции.
7. Квалификация команды проекта.
8. Информационная поддержка процесса интеграции.
9. Качество планирования интеграционных мероприятий.
10. Соблюдение графика интеграционных мероприятий (в том числе соблюдение сроков, установленных нормативно-правовыми актами).
11. Разграничение зон ответственности между членами команды проекта.
12. Отношение акционеров компаний к интеграции.
13. Отношение сотрудников компаний к проводимым изменениям.
14. Сохранение ключевых сотрудников после проведения интеграции.
15. Совместимость корпоративных культур компаний.
16. Стратегия развития компании после интеграции.

В данном случае недостаточно только перечислить основные факторы, оказывающие влияние. Для каждого фактора необходимо сформулировать вероятные значения, а также рассмотреть возможные ситуации комбинирования различных значений одного фактора для реорганизуемой компании и компании-цели. Цель разработки факторной модели процесса интеграции – моделирование взаимосвязей между исследуемыми значениями фактора и результатом процесса интеграции.

На основе представленных факторов можно достаточно подробно сформулировать возможные риски интеграции, то есть потенциальные неблагоприятные ситуации, возникающие в ходе этого процесса. Предлагается разделить все риски интеграции на внешние и внутренние. Внешние риски включают два блока:

1. Неблагоприятные макроэкономические условия: планирование интеграции в зоне понижательной волны макроэкономического цикла; изменение потребительских предпочтений; существенное изменение технологий производства/оказания услуг; изменение законодательной базы; изменение стоимости акций компаний.

2. Изменение конкурентной среды в отрасли: несоответствие этапа ЖЦ отрасли целям интеграции; несоответствие планируемого инвестиционного горизонта уровню развития отрасли; замедление динамики продаж в отрасли; изменение потребительских свойств продуктов-конкурентов; появление новых конкурентов на рынке.

В свою очередь внутренние риски включают шесть блоков:

1. Недоработки в планировании процесса интеграции: недостаточная проработанность этапов интеграции; неточность планирования сроков реализации проекта; неэффективное распределение обязанностей между членами проекта; отсутствие компании-цели, максимально соответствующей сформулированным критериям выбора; несогласованность условий интеграции.

2. Необоснованность ключевых решений: необоснованные или нечеткие цели интеграции; несоответствие приобретенных активов стратегии развития компании; неэффективный выбор вида интеграции; планирование интеграции диверсификационного вида; планирование интеграции на понижательной волне ЖЦ компании.

3. Ошибки при выборе компании-цели: несоответствие целевой компании целям интеграции; недостоверная информация о деятельности компании-цели; недостаток информации о деятельности компании-цели; некорректно сформулированные критерии выбора компании-цели; неадекватная оценка инвестиционной привлекательности компании-цели.

4. Финансовые риски: недостаток финансовых ресурсов для удовлетворения требований акционеров; недостаток финансовых ресурсов для досрочного исполнения обязательств по требованию кредиторов; недооценка дополнительных инвестиций, необходимых для практического осуществления интеграции; переоценка активов компании-цели; увеличение расходов в связи с непредвиденными факторами.

5. Неэффективное управление реализацией проекта: несоблюдение плана-графика интеграционных мероприятий; невозможность вносить быстрые коррективы по ходу процесса; неэффективность системы информационного обеспечения процесса; отсутствие команды проекта; отсутствие опыта проведения интеграционных процессов у менеджеров проекта; невозможность привлечения менеджеров с опытом проведения интеграционных процессов; раскрытие конфиденциальной информации об интеграции.

6. Недооценка возможных результатов: сложность интеграции корпоративных культур; невозможность сохранения ключевых сотрудников; невозможность интеграции активов из новой сферы деятельности; отсутствие необходимого количества голосов акционеров компании-инициатора для принятия решения об интеграции; отсутствие необходимого количества голосов акционеров компании- цели для принятия решения об интеграции.

Необходимо отметить, что представленная классификация рисков не является исчерпывающей и требует уточнений в зависимости от сферы деятельности компании, ее размеров, ресурсов. Важно не только определить риски, но и оценить вероятность их наступления и степень влияния на интеграцию. Анализ рисков необходим для своевременного и актуального планирования мероприятий, направленных на предотвращение или минимизацию негативных последствий. Полученная информация поможет точно и своевременно скорректировать основные этапы процесса интеграции с целью минимизации выявленных рисков.

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // Российская газета. с изм. и допол. в ред. от 03.07.2016.
2. Федеральный закон "Об акционерных обществах" от 26.12.1995 № 208-ФЗ // Российская газета. с изм. и допол. в ред. от 03.07.2016.
3. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. М.: Книжный мир, 2003. 895 с.
4. Информационно-аналитический проект Mergers.ru / «Слияния и Поглощения в России» URL: <http://mergers.ru> (дата обращения: 29.10.2016).
5. Коробейников О.П., Хавин Д.В., Ноздрин В.В. Экономика предприятия. Нижний Новгород: 2003.

Г.П. Кузина
канд. экон. наук, доц.
М.С. Погосян
студентка
(ГУУ, г. Москва)

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

В России сохраняется дифференциация по объему валового регионального продукта на душу населения. Бюджеты регионов испытывают долговую нагрузку. Отношение государственного долга к налоговым и неналоговым доходам бюджета на 1 января 2016 г. составило 36,5% против 35,4% годом ранее. Иностраные инвестиции находятся на самом низком уровне как минимум за последние 10 лет. Сложившаяся конъюнктура, с одной стороны, тормозит развитие регионов, с другой – стимулирует отечественный крупный бизнес к активному замещению иностранных инвестиций [1].

Социальная ответственность – это глобальное явление, присущее странам с разным уровнем экономического и политического развития, она позволяет организациям налаживать отношения с обществом, укрепляя деловую репутацию и среду своего обитания.

Проблемой социальной ответственности занимаются: государство, неправительственные организации, специализированные фонды, бизнес-ассоциации, как на международном уровне так и на уровне отдельных стран. Выработаны международные документы и стандарты, регламентирующие социальную ответственность.

В России инициатива внедрения корпоративной социальной ответственности принадлежала неправительственным организациям и крупным корпорациям, которая была связана с интеграцией в мировую экономику и выходом на международные рынки сбыта.

Первые социальные отчеты в свободной форме появились в начале 2000-х годов. В 2002 г. Ассоциация менеджеров разработала «Социальную программу российского бизнеса».

В 2004 г. Была принята Социальная хартия российского бизнеса, разработанная российским союзом промышленников и предпринимателей, к которой к настоящему времени присоединились **257 организаций** (компании, отраслевые и региональные объединения бизнеса и другие НКО).

В 2006 г. приняты такие важные документы, как Меморандум Ассоциации менеджеров «О принципах КСО», – «Система добровольной сертификации деятельности организаций в области социальной ответственности “СОЦСЕРТ” ВОК, Российский Национальный Регистр корпоративных нефинансовых отчетов на сайте РСПП – рспп.рф (в настоящее время, включает 151 организацию).

В 2007 г. разработаны: Стандарт ТПП РФ «Социальная отчетность предприятий и организаций, зарегистрированных в Российской Федерации», Стандарт Всероссийской организации качества ВОК – КСО – 2007 – «Социальная ответственность организации. Требования» и др.

В 2008 г. создана сеть Глобального договора ООН В России, к которой в настоящее время присоединились 73 организации.

Ключевые события в области корпоративной социальной ответственности на государственном уровне: в 2005 г. создан Технический комитет по стандартизации № 471 «Социальная ответственность»; в 2010 г – Поручение Президента о разработке предложений о порядке применения добровольных механизмов экологической ответственности для АО со 100% государственным участием; в 2012 г. – Директивы Председателя Правительства РФ о необходимости публикации нефинансовых отчетов 22 крупнейшим государственным компаниям; Утверждение Основ экологической политики Российской Федерации на период до 2030 г., утверждение стандарта ГОСТ Р ИСО 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности»; в 2014 г. – Обязательство раскрывать экологическую информацию, информацию о природоохранной деятельности (Формы ФСС № 4-ОС и № 18-КС).

Ассоциация менеджеров России определяет корпоративную социальную ответственность как «добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, напрямую связанный с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума».

В условиях экономического кризиса российская система социальной защиты переживает трудные времена: рост инфляции, рост безработицы, падение реальных доходов населения, дальнейшее расслоение общества по уровню доходов, дифференциация регионов по уровню социальной защищенности населения. В этих условиях открываются большие возможности для развития социальных программ российского бизнеса.

Крупные государственные и частные экспортно-ориентированные корпорации накопили большой опыт внедрения концепций социальной ответственности и устойчивого развития, который отражается в нефинансовой отчетности.

В Библиотеке нефинансовых отчетов зарегистрированы отчеты 161 организации, которые начиная с 2000 г. выпустили 655 отчетов, в том числе 53 экологических отчета, 277 социальных отчетов, 215 отчета в области устойчивого развития, 87 интегрированных и 23 отраслевых отчетов (сайт РСПП).

В условиях глобального кризиса и кризиса отечественной экономики необходимо распространение накопленного опыта внедрения концепций корпоративной социальной ответственности, устойчивого развития и переход к «зеленой» экономике. Внедрение концепции социально ответственного поведения должно стать стратегией всех российских организаций, как крупного так и среднего и малого бизнеса. Сохранение компании как устойчивой организации в долгосрочной перспективе становится более важной задачей, чем получение прибыли в краткосрочной перспективе.

Корпоративная социальная ответственность с точки зрения устойчивости организации должна рассматриваться в трех измерениях: экологическом, экономическом и социальном. Экономическое благосостояние, здоровая окружающая среда, социальное благополучие нынешнего поколения, – должны удовлетворяться без ущерба для удовлетворения потребностей будущих поколений.

Корпорация должна рассматриваться не как отдельная экономическая единица, а как часть системы более высокого уровня иерархии, часть среды, в которой она функционирует. В процессе деятельности корпорация оказывает влияние на внутреннюю и внешнюю среду и в то же время подвержена влиянию внутренней и внешней среды. Исходя из этого, в процессе управления необходимо гармонизировать отношения со всеми заинтересованными сторонами (стейкхолдерами), включая будущие поколения.

В каждой компании, для реализации концепций социальной ответственности и устойчивого развития необходимо грамотное взаимодействие всех подразделений путем интеграции корпоративной социальной ответственности в основные бизнес-процессы компании.

Система управления корпоративной социальной ответственностью должна пронизывать всю систему управления корпорацией через ответственное выполнение всех функций и процессов управления на уровне Совета директоров, генерального директора и исполнительных органов.

Система корпоративной социальной ответственности должна найти свое отражение в миссии корпорации, кодексе корпоративного поведения, кодексе корпоративной социальной ответственности, этическом кодексе, стандартах предприятия, положениях о структурных подразделениях, должностных инструкциях.

В крупных компаниях целесообразно создание Комитета по корпоративной социальной ответственности при Совете директоров и специализированного органа по управлению корпоративной социальной ответственностью на уровне заместителя генерального директора.

Направления корпоративной социальной деятельности должны быть предметом обсуждения со всеми стейкхолдерами и широкой общественностью.

Результаты корпоративной социальной деятельности должны быть представлены в нефинансовых отчетах по корпоративной социальной ответственности и устойчивому развитию.

В связи с этим представляется необходимым введение обязательности предоставления нефинансовой отчетности не только для крупных государственных компаний, но и для частных крупных и средних компаний. Нефинансовые отчеты, предоставляемые в обязательном порядке должны соответствовать национальному стандарту ГОСТ Р ИСО 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности».

Для того, чтобы решить проблему корпоративной социальной ответственности в российских компаниях, необходимо обеспечить баланс интересов общества, государства и бизнеса. В настоящее время во взаимоотношениях государства бизнеса и общества главную роль играет государство. Бизнес играет подчиненную роль, действенного механизма взаимодействия бизнеса с обществом не существует. Общество взаимодействует с бизнесом преимущественно через органы власти. Социальные проекты внешней направленности корпораций в основном иницируются органами власти. Частные компании привлекаются органами власти в добровольно-принудительном порядке, что не всегда отвечает не только интересам бизнеса, но и интересам общества.

Для стимулирования социальных инвестиций со стороны бизнеса в развитие общества и решение социальных проблем целесообразно рассмотреть возможность вывода социальных инвестиций из налогооблагаемой базы при условии, что они направлены на решение социально значимых региональных или государственных программ.

Литература

1. <http://www.amr.ru/press/news/kso/na-ploshchadke-komiteta-assotsiatsii-menedzherov-po-kso-obsudili-rol-sotsialno-otvetstvennogo-biznes> / Ассоциация менеджеров, URL: <http://www.amr.ru/> (дата обращения: 26.10.2016).
2. <http://xn--o1aabe.xn--p1ai/simplepage/475> – Российский союз промышленников и предпринимателей // Нефинансовая отчетность, URL: <http://www.rspp.ru> (дата обращения: 26.10.2016).

В.Н. Лоханова
канд. экон. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИЗМЕРЕНИЙ В СФЕРЕ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Обеспечение безопасности организации – это непрерывный процесс, который должен сопровождаться соответствующей оперативной информационной поддержкой. Собранная информация должна быть максимально полной, объективной и иметь практическую ценность для принятия управленческих решений. Актуальность, целостность и своевременность получения информации обеспечивается методикой экономических измерений информации о внутренней и внешней среде предприятия, что непосредственно влияет на эффективность работы службы безопасности.

Аналитическая составляющая измерительных процедур заключается в определении источников и причин угроз, степени их опасности для

предприятия, прогнозировании возможного ущерба, что служит основой для разработки мероприятий по безопасности.

В целях создания надежного информационного обеспечения для управления экономической безопасностью необходима разработка измерительного инструментария в виде индикаторов. При этом основу экономических измерений составляет сравнительный метод, а именно – сравнение фактических значений индикаторов с их пороговыми значениями.

Индикаторы – это показатели, нарушение которых приводит к развитию негативных кризисных тенденций в сфере экономической безопасности. Основой отслеживаемых индикаторов является их превентивный характер. Их цель – предупредить руководителя о приближающейся угрозе, оценить ее опасность по величине отклонения от нормального или порогового значения.

Показатель – это признак, отражающий какую-либо одну сторону явления, действия, угрозы, их количественную или качественную характеристику или степень выполнения определенной задачи. Каждый показатель является управляющим параметром для отдельного вида безопасности, угрозы, структурного подразделения, объекта и субъекта безопасности. Индикаторы лежат в основе проведения антикризисного мониторинга. В процессе измерительной деятельности в сфере экономической безопасности важен принцип непрерывности функционирования системы безопасности, когда с определенным лагом ведется постоянное наблюдение за экономическим состоянием фирмы по разработанной структуре показателей.

При методическом обосновании оценочных процедур следует учитывать четырехмерный ракурс измерения направлений и уровня угроз. Например, отдельный работник предприятия может быть и источником (субъектом) и объектом угрозы. Он может обеспечивать безопасность как субъект и одновременно сам быть мишенью или объектом, который надо охранять [1].

Упреждающий характер – тоже важный принцип мониторинга экономической безопасности организации. Здесь особенность измерения заключается в выявлении негативных симптомов в состоянии и динамике объекта и в правильной их интерпретации. Задача усложняется тем, что многие процессы в сфере безопасности имеют скрытый характер. Для руководителя важно понимать уровень опасности по конкретным показателям и своевременно реагировать на тревожные сигналы [2].

Измерительный инструментарий в сфере экономической безопасности для каждой организации имеет специфические черты и представляет собой своеобразное «фирменное ноу-хау». В процессе практической отладки происходит адаптация прикладного использования показателей к конкретным ситуациям, оптимизация методов сбора и анализа информации, разработки управленческих решений.

Эффективным инструментом в экономических измерениях служит матричный подход. Например, сочетание видов экономической безопасности с конкретными подразделениями, отвечающими за сбор и обработку соответствующей информации. Другой пример – сочетание в двухмерной матрице степени опасности угроз и вероятности их реализации (так называемая «матрица угроз»). К сфере матричных измерений относятся матрица БКГ, а также метод морфологического анализа. Последний особенно применим в измерении слабо формализованных объектов (угроз), например, угрозы рейдерского захвата фирмы. Фактически на пересечении строк и столбцов матрицы формулируются конкретные управленческие решения по повышению экономической безопасности. При этом эффективность решения

прямо пропорциональна числу сформулированных вариантов реализации воздействующих факторов и угроз.

Особенность экономических измерений в сфере безопасности предприятия – высокая прогнозно-аналитическая составляющая, что позволяет не только фиксировать состояние объекта, но и выявлять критические точки, воздействие на которые позволяет снизить уровень опасности. Результативность измерительных процедур повышается по мере приближения функций сборщика информации к функциональным обязанностям аналитика, или лица, принимающего управленческие решения. Разумеется, необходимо наличие у участников профессионального опыта, аналитического мышления и соответствующей мотивации.

Менеджер должен уметь оценить адаптивность различных методов оценки безопасности фирмы с учетом ее специфики и эффективно их комбинировать. Каждая измерительная процедура корректируется на основе согласованных действий всех участников и предварительно выбранных критериев (характера угроз, направлений их воздействия на объект, степени опасности и т.д.).

При оценке экономической безопасности необходимо соотносить затраты и результаты измерений. Высокая стоимость и ошибки в методах получения информации могут привести к возникновению новых угроз. Препятствиями для объективной оценки могут стать: неэффективная обратная связь в цепочке измерений, высокая степень конфликтности среди участников, неопределенность целей, стрессовые ситуации и т.д. Проведение оценочных процедур должно соответствовать потенциалу фирмы, в том числе ее финансовым, кадровым и информационным возможностям.

В измерении экономической безопасности может также использоваться сценарный метод. Сценарий – это логическая последовательность развития существующих и потенциальных угроз с определенной вероятностью их наступления, характеризующая состояние организации в будущем. Именно сценарии позволяют оценить риски и отклонения от нормального развития событий. При этом стоимость измерительных процедур значительно увеличивается, так как для разработки сценария требуется значительное технико-экономическое и статистическое обоснование. Сценарный метод ограничивается не только ресурсами, но и высокой неопределенностью внешней среды, сложностью прогнозирования в условиях экономического кризиса.

При выборе методов экономических измерений учитываются:

- цели и требования к экономической безопасности фирмы;
- характеристики конкретных объектов и субъектов безопасности;
- сложность и структура их внешнего окружения;
- требования к исходной информации по полноте, точности и достоверности;
- возможность получения необходимой информации и ее стоимость;
- квалификация оценивающего персонала;
- сочетание и взаимодополнение методов оценки.

Информационно-аналитическая результативность экономических измерений основана на системе технико-экономических показателей (индикаторов) безопасности организации с учетом особенностей ее функционирования. Индикаторы должны отражать все аспекты, связанные с угрозами деятельности фирмы и иметь комплексный характер. Здесь большую роль играет служба безопасности фирмы. Часто в ней работают бывшие сотрудники силовых ведомств, спецслужб, которые в финансово-коммерческой

аналитике разбираются слабо и основной акцент делают на организационно-режимную и кадровую безопасность (сохранность имущества фирмы, безопасность работников на производстве, проверка и отбор персонала и т.п.). В нестабильной внешней среде, при угрозе корпоративного конфликта усиливается внимание правовой безопасности, которое реализуется через ряд судебных процедур. Но силовики также могут обеспечивать «крышевание» через полукриминальные структуры для противодействия в конкурентной борьбе, для коллекторских услуг, для улаживания экономических споров и т.п.

Чрезмерное внимание силовым аспектам искажает структуру показателей безопасности, ущемляя информационную поддержку финансово-коммерческой сферы и снижая эффективность измерения. Приоритет отдается узким направлениям безопасности без учета интересов фирмы в целом.

Важной особенностью системы показателей как измерительного инструмента является ее гибкость, то есть возможность внедрения новых показателей, нацеленных на решение актуальных задач, на защиту от конкретных угроз; возможность использования новых методов и форм сбора и обработки информации. Внутренние и внешние угрозы постоянно меняются, возникают новые риски, и система показателей требует перенастройки на их отслеживание и оценку.

Можно выделить следующие этапы измерения экономической безопасности организации как делового процесса:

1. Идентификация видов безопасности и основных угроз для предприятия.
2. Выбор оценочных методов.
3. Формирование системы индикаторов экономической безопасности предприятия с учетом его специфики.
4. Составление перечня источников информации с ранжированием по степени важности для обследования, по затратам времени и финансовых ресурсов на получение информации.
5. Организационное распределение предоставления информации по исполнителям.
6. Сбор и подготовка сведений, характеризующих состояние экономической безопасности.
7. Идентификация угроз и их динамики на основе сравнительной оценки показателей.
8. Ранжирование угроз по степени опасности и времени наступления.
9. Определение причин и факторов зарождения угроз.
10. Моделирование тенденций, разработка сценариев развития угроз и расчет возможного ущерба от их реализации.

Конкретная организационная деятельность по измерению экономической безопасности фирмы включает определение объектов измерения (объектов и субъектов безопасности), описание их состояния через показатели, закрепление показателей за конкретным сотрудником, осуществляющим сбор информации; составление перечня информационных источников, идентификацию и оценку угроз (существующих и потенциальных), определение сроков подготовки и сдачи информационно-аналитических материалов. Отдельные методические наработки в области экономических измерений используются в практической деятельности консультационных фирм (как «ноу-хау»), но они требуют тщательной адаптации для конкретного предприятия, что повышает стоимость консалтинговых услуг без гарантии соответствующей их эффективности.

Препятствиями в измерении состояния и уровня экономической безопасности фирмы являются:

- слабая формализуемость многих угроз (преимущественно внешних);
- недостаточная эффективность и достоверность национальной статистики;
- трудности с получением внешней конфиденциальной информации («деловая разведка»), связанные с возможным нарушением законодательных и этических норм;
- недостаточная квалификация персонала в области экономических измерений.

Эффективность измерительных процедур в области безопасности характеризуется правильной интерпретацией показателей с целью оценки конкретных угроз и своевременным принятием мер по их нейтрализации. На наш взгляд, целесообразны дальнейшие разработки в области информационно-аналитического и организационно-методического обеспечения экономических измерений внешней и внутренней устойчивости российских предприятий.

Литература

1. Лоханова В.Н., Кротенко Т.Ю. Экономическая безопасность организации: сущность, угрозы, принципы / Вестник Университета. 2015. № 9. С. 347–351.

2. Лоханова В.Н. Мониторинг экономической безопасности организации / Вестник университета. М.: ГУУ, 2016. № 2. С.70-75.

О.В. Михайлов
д-р экон. наук, проф.
(ГУУ, г. Москва)

АНТИКРИЗИСНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Многочисленные исследования показывают, что хозяйственный механизм РФ и большинство его субъектов находятся в глубоком системном и структурном социально-экономическом кризисе. Это подтверждается множеством фактов, включая низкие позиции страны и бизнеса в международных рейтингах конкурентоспособности; отсутствие перспективных целей и конкурентного планирования, множественных прямых и обратных связей компаний с потребителями, нужды, потребности и проблемы которых не выявляются и не удовлетворяются совместно с производителями товаров/услуг. Углубляется социальное расслоение, разрыв между узкой группой необоснованно богатееющих лиц, и расширяющейся бедностью большинства населения. При изобилии высокооплачиваемых чиновников (ничего не создающих, не предпринимающих, безответственных), недостает подлинных лидеров, способных приводить коллективы к высоким экономическим рубежам, реализации более благополучного будущего населения, с опережением зарубежных конкурентов.

Наше понимание антикризисного потенциала малого предпринимательства/предприятий (МП) и возможностей его использования

для ускоренного подъема экономики и международной конкурентоспособности РФ отстает от мирового уровня и это отставание усугубляется. Занятость населения России в МП составляет менее 1%. Существующие институциональные условия и уровень мировоззрения не способствуют росту МП в РФ, их число незначительно и отстает сравнительно с Японией как минимум в 9 раз, относительно США – в 25-27 раз и этот разрыв увеличивается, что препятствует расширению и развитию «среднего класса», способного обеспечить более благополучное экономическое будущее и социальную стабильность своих регионов и страны. Умножение МП способствует расширению участия населения в собственной экономической судьбе, развитию равноправной конкуренции, способствующей подъему конкурентоспособности отечественных субъектов национального и мирового хозяйства.

Дефицит многообразного лидерства, перспективных инициатив, инновационного предпринимательства может преодолеваться масштабной, многоуровневой, всемерной поддержкой увеличения числа и качества малых предприятий, самоуправляемых, самоорганизующихся, саморазвивающихся проектных и рабочих групп в стране, регионах и корпорациях. Заметим, что во все большем числе отраслей экономики развитых и развивающихся стран уровень участия (на постоянной и временной основе) работников в самоуправляемых автономных группах значительно повышался (до 90% и более). Однако в РФ самоуправляемые проектные группы (с собственным бюджетом), реализующих собственные идеи/инициативы, практически не используются отечественными корпорациями в наукоемких отраслях.

Большинство проблем хозяйствующих организаций связано с неудовлетворенностью нужд рабочей силы и потребностей в самореализации, ограничивающих конкурентные преимущества самоуправления, самоконтроля, ускоренного развития в мировой экономике. В большинстве отечественных организаций отсутствует мотивация и поощрение работников к более качественному, производительному, инновационному труду, способному полнее удовлетворять нужды работников и потребителей их продукции/услуг. Оплата труда несправедлива: высокие доходы руководства неадекватны их вкладу в продуктивность, конкурентоспособность и социально-экономический рост организаций на всех уровнях экономики. В результате, доля огромной России в мировой экономике незначительна, и на мировом рынке высокотехнологичной продукции составляет всего 0,4-0,7%. Необходима радикальная трансформация управления, корпоративной культуры и планирования, которые сегодня характеризуются масштабной не востребованностью человеческого потенциала, неконкурентностью и недемократичностью принципов и ориентиров существующего менеджмента [1, с. 26, 31, 32]. Здесь уместно вспомнить Мольера: «Мы отвечаем не только за то, что делаем, но и за то, что не делаем».

Низкое качество управления на всех уровнях (прямые потери от низкого качества составляют более 40-90% производственных затрат, не говоря о коррупции) и бюрократичность неповоротливых, пирамидальных, иерархичных организаций не способствуют раскрепощению и развитию интеллектуального, предпринимательского, инновационного потенциала населения, где распространена пассивность и отстраненность от строительства собственной экономической судьбы и будущего страны. Равнодушие власти и бюрократических организаций к идеям и инициативам снизу породили массовую бездеятельность и безответственность работников и населения. Эта проблема может решаться всемерной поддержкой и развитием МП на всех

уровнях экономики, включая корпорации. Успешное развитие МП потребует масштабной подготовки/переподготовки кадров на принципиально ином научно-образовательном уровне – на основе глобального сканирования, критического переосмысления и экспериментального внедрения лучших теоретических и хозяйственных достижений мировой экономики, что обеспечило ускоренное развитие таких стран, как Япония и Южная Корея. Такой мониторинг и анализ мирового рынка предусматривает также выявление его новых, неосвоенных ниш/секторов, а также создание новых рынков товаров/услуг, пока/еще недоступных зарубежным конкурентам.

Существующие формы, структура и культура организаций не адекватны глубоким, ускоряющимся, многомерным изменениям внешнеэкономической среды, мировых технологий, знаний и международной конкуренции, растущим нуждам работников и потребителей. Недоучет реализуемой в мировой экономике высокой эффективности, продуктивности, инновационности, конкурентности малых форм, в том числе в экспортной экспансии, сказывается на результативности, качестве, скорости творческих процессов в сфере НИОКР, проектирования, и производства перспективных продуктов и услуг. Антикризисный и конкурентный потенциал системно и методично подготовленных малых предприятий почти не используется на всех уровнях экономики, включая корпорации, регионы, отрасли, национальную инновационную систему и страну в целом. Потребуется глубокая гуманизация и демократизация управления, минимизация его уровней, всеобщее управление качеством; с выявлением и реализацией потенциала каждого работника, самоорганизующегося в инициативные, самоуправляемые проектные/рабочие группы, генерирующие и реализующие идеи создания новых товаров/услуг в глобальном масштабе.

Необходимость эффективного, продуктивного, конкурентного реформирования управления/организации и ускорения развития требуют пересмотра роли малых форм индивидуального и группового предпринимательства на новых теоретических и хозяйственных основах, с учетом лучшего и обновляющегося мирового опыта. Важен сдвиг научного и управленческого внимания к микроэкономическому уровню человеческих потребностей/способностей, интеллектуального/предпринимательского потенциала масс, где заключаются безграничные возможности/резервы выхода из кризиса, ускорения экономического роста, ресурсосберегающего наращивания конкурентоспособности в мировой экономике. Жорж Бернано заметил: «Будущее – это не то, что с вами происходит, а то, что вы делаете, чтобы это произошло». Чтобы заслужить лучшее будущее, нам предстоит стать его «активными творцами», а не оставаться «пассивными жертвами» [2, с. 114, 116, 160] кризисов, неблагоприятных обстоятельств и неудачной политики. А текущий кризис может усугубляться распространением пессимизма. В «реконструкции» существующего управления и организации; «разрушении традиционных барьеров» социально-экономическому прогрессу следует понимать, что «экономика не является самоцелью, главное – развивать факторы «человеческого счастья».

Большинство отечественных хозяйствующих субъектов, особенно среди МП, остаются в стороне от актуальных тенденций развития мировой экономики, способствующих повышению эффективности и конкурентности малого предпринимательства не только в национальном, но и в мировом масштабе. Среди таких тенденций можно выделить следующие:

- Углубление и расширение гуманизации, демократизации и социализации бизнеса; повышение этичности управления и экологичности экономики.
- Улучшение качества, гибкости и сокращение цикла создания новых товаров; развитие других форм международной конкурентоспособности в мировой экономике, которые могут эффективнее осваиваться МП.
- Повышение уровня технической, технологической, компьютерной вооруженности работников МП, благодаря сокращению габаритов, стоимости и увеличению эффективности оборудования, создающегося по модульному принципу. Последнее позволяет его успешнее использовать несколькими фирмами, на ограниченных площадях, на лизинговой, аутсорсинговой, франчайзинговой основах. Все это позволяет МП все чаще опережать в эффективности и конкурентоспособности более крупные предприятия как на внутренних, так и на зарубежных рынках
- Непрерывно генерируемая, системно распространяемая и наращиваемая в мировой экономике совокупность научно-технологических достижений может широко использоваться МП, которые способны выступать огромной экспериментальной лабораторией для корпораций и отраслей, для апробации новых идей, опытного создания инновационных товаров и услуг, масштабной коммерциализации результатов НИОКР.
- -«Дематериализация» продукции/производства и «виртуализация» бизнеса с использованием Интернет; распространение транснационального управления, а не владения ресурсами мировой экономики, резко расширяет экспортные возможности МП в новой информационной/коммуникационной среде.
- Развитие экспортной экспансии путем создания новых рынков; выявления и освоения новых секторов/ниш мирового рынка, где могут лидировать МП, уже подтверждается мировым опытом «скрытых чемпионов» индустриально развитых стран.
- Распространение индивидуализации спроса и производства на уровне целых отраслей, сокращение серийности промышленного производства усиливает конкурентные преимущества малых форм ведения бизнеса в глобальном масштабе.
- Расширение пакета услуг, сопровождающего новые товары, которые все чаще становятся гибридными. Здесь может увеличиваться участие МП в качестве субподрядчиков, субъектов аутсорсинга и др.
- С учетом потенциала и растущих преимуществ МП, в индустриально развитых странах и лидирующих корпорациях мировой экономики развивается широкая и многоуровневая поддержка различных форм малого предпринимательства (МП, самоуправляемых проектных и рабочих групп и др.) в процессах создания и реализации новых и наукоемких товаров/услуг, расширения экспорта и сотрудничества с крупными организациями.

Следует признать, что гигантский потенциал человеческого мозга, работников, населения никогда не использовался на полную мощность (всего на 3, 5, 10% – по разным оценкам), а тем более целенаправленно, продуктивно, со взаимной выгодой для производителей и потребителей. Если организации рассчитывают на «мощный взрыв творческих сил, то должны строить свою политику вокруг человека и его устремлений». Указаниями сверху давно

невозможно добиться «коллективного прорыва» в экономическом росте и международной конкурентоспособности, нужна «мобилизации всех слоев общества». Теперь такой прорыв можно методично инициировать с помощью рядовых членов общества, сформулировав верные социально-экономические направления его развития, всемерно поощряя инициативные, инновационные МП на всех уровнях экономики. «Мощная структура «серьезной» организации сегодня становится ничтожной» сравнительно с той способностью приспособливаться, реагировать, которую демонстрируют микроструктуры/организации, построенные по принципам живого организма [2, с. 71, 104, 264].

Мировой опыт свидетельствует, что МП реализуют огромный антикризисный потенциал. МП городов Детройта, Чикаго, Нью-Йорка и др. способствовали выведению американской экономики из кризиса периода Великой депрессии. МП могут создавать до 90% новых рабочих мест. По расчетам Национального научного фонда США, МП в 24 раза эффективнее по использованию ресурсов, чем крупные предприятия. Опыт применения самоуправляемых проектных межфункциональных команд в авиационной, компьютерной отраслях США показал, что они способны создавать принципиально новые изделия за десятки дней при значительно меньшей их себестоимости, чем соответствующие подразделения крупных корпораций. Не удивительно, что инновационные МП, децентрализованные подразделения НИОКР, производства и маркетинга, широко привлекающие персонал к генерированию и реализации идей, принятию перспективных решений, системно мобилизующие интеллект работников, опережают традиционные промышленные предприятия. Ведь сегодня важным фактором становится способность предлагать и осуществлять оригинальные, творческие решения, которые точнее и полнее соответствуют конкретным и меняющимся потребностям потенциальных покупателей. Сегодня громоздкие, неустойчивые структуры теряют свои позиции в новой экономике, уступая место эффективным, легким, высокомобильным «микроорганизмам» [2, с. 113].

Роль малых форм возрастает и в корпоративном устройстве мировой экономики. Крупные корпорации и институты давно ассоциируются с неэффективностью, неповоротливостью, негибкостью, неспособностью реагировать на ускоряющуюся эволюцию внешнеэкономической среды и многомерные изменения международной конкуренции. Отсутствие комфортабельных, творческих условий для самореализации креативных работников приводят к известной текучести лучших/талантливых кадров за пределы организации и страны. Потребуется разукрупнение гигантских компаний: лидирующие корпорации мировой экономики уже напоминают не «китов» (или «промышленных динозавров»), а «стаю дельфинов» (развивающих и обогащающих организацию); состоящих из сотен стратегически ориентированных «минипредприятий» (с собственными лидерами), а не тысяч равнодушных исполнителей текущих указаний. Творческий потенциал МП все шире используют и военно-промышленные корпорации: министерство обороны США выдает контракты крупным подрядчикам при условии, что они привлекут до 40% малых субподрядчиков в реализацию военных заказов.

«Особое положение малых групп... в разработке инновации и товаров говорит о том, что они являются уровнем, на котором передается большая часть знаний и осуществляется обучение» [4, р. 73; 3, с. 135]. Основанный на «человеческих мотивах и стремлениях» гуманизированный и демократизированный экономический уклад имеет «больше шансов на устойчивость и процветание в длительной перспективе», чем текущая

экономика, нацеленная исключительно на достижение краткосрочных результатов. Поддержание мобильности и конкурентоспособности компаний и экономики зависит от людей, их качества, что потребует больше гуманитарных инвестиций [2, с.12, 25, 26].

Итак, пора положить конец распространенному низкому качеству управления, пассивности и безответственности персонала организаций и населения. Рассмотренные направления демократизации управления и организации труда, включая методичное группирование трудовых ресурсов, масштабную мотивацию работников посредством управленческой и предпринимательской деятельности, обеспечивает значительный и возрастающий эффект, подтверждаемый мировым опытом. Малое предпринимательство обладает значительной большей эффективностью в сфере НИОКР и коммерциализации их результатов, экологичностью малосерийного и инновационного производства, экспортной экспансии, гибкостью и скоростью адаптации к изменениям внешней среды. Всемерное поощрение (включая институциональное и управленческое) множественности МП на всех уровнях экономики может помочь решать проблему конкурентной трансформации менеджмента и хозяйствования, увеличения числа лидеров в экономике, способных изменять окружающую реальность в интересах человека и лучшего будущего общества.

Современный ключ к будущему подъему организаций и экономики – в системном и методичном раскрепощении и развитии безграничного интеллектуального/предпринимательского потенциала человека, который может эффективно реализовываться в комфортных для творчества малых межфункциональных, самоуправляемых, самоорганизующихся, саморазвивающихся и самообучающихся коллективах, которые можно успешно организовывать во всех отраслях и на всех уровнях организации хозяйствования. Развитие демократизации управления, гибкости и эффективности организаций на основе увеличения числа и многообразия малых самоуправляемых форм, включая виртуальные, и конкуренции между ними – важный шаг к активизации творческих/инновационных способностей людей, наращивания конкурентоспособности субъектов национального и мирового хозяйства, повышения благосостояния силами населения страны; и этот резерв ускорения развития уже реализуется не только в развитых, но и в развивающихся странах.

Литература

1. Михайлов О.В. Ресурсосберегающее наращивание конкурентоспособности в мировой экономике. Авт. дисс. 2004. М., 40 с.
2. Салмон Р. Будущее менеджмента / под ред. Е.В. Минеевой. СПб.: Питер, 2004. 298 с.
3. Хэмел Г., Прахалад К., Томас Г., ОНил Д. Стратегическая гибкость / пер. с англ. СПб.: Питер, 2005. 384 с.
4. Hedlund G. A model of knowledge management and the N-form corporation//Strategic management Journal, 15(1), 1994, p.73-90.

И.А. Реутова

студентка

С.М. Сычёва

канд. экон наук, доц.

(ГУУ, г. Москва)

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

В наше время быстро развивающихся технологий развитие кадров является для любой организации жизненно необходимым условием развития и роста на рынке. Существует множество причин, по которым корпорация просто обязана уделять внимание образованию и повышению квалификации своих сотрудников. Например, её конкурентоспособность и адаптация к окружающей среде являются производными от уровня квалификации персонала [4].

На развитие корпоративного (внутрикорпоративного) обучения могут влиять следующие факторы: *факторы внешней среды; факторы внутренней среды*, включающие общие факторы и факторы внутрикорпоративного обучения. К факторам внутрикорпоративного обучения персонала относятся:

- факторы организации ВФО;
- факторы процесса ВФО;
- поддерживающие факторы (факторы поддержки обучения руководством компании).

Среди факторов внутренней среды важнейшими выступают изменения в технологии, организации работ, организационной культуре, заинтересованность руководства в обучении персонала, его стремление(желание) создать обучающуюся организацию [3].

Таким образом, организация всегда заинтересована в наиболее эффективном развитии своих кадров. Персоналу как одному из главных источников создания конкурентных преимуществ на длительный период принадлежит важнейшее место в системе стратегического менеджмента. По данным западных экспертов, инновации, относящиеся к развитию знаний и навыков сотрудников компании, развитию их потенциала, имеют приоритетное значение по сравнению с инновациями в сфере совершенствования свойств продукта, технологии и организации производства, следовательно, инвестиции в персонал являются самыми надежными. Поэтому все больше организаций рассматривают развитие персонала как приоритетный вариант решений в области инвестиционной политики и укрепления конкурентных преимуществ. Развитие человеческих ресурсов – это их изменение в зависимости от стратегических целей корпорации. Этот многогранный процесс представляет собой систему взаимосвязанных действий, элементами которой являются выработка стратегии, прогнозирование и планирование потребности в персонале, управление карьерой и профессиональным ростом, организация процесса адаптации, обучения, формирование корпоративной культуры [1].

Современный работник должен обладать стратегическим мышлением, предприимчивостью, широкой эрудицией, высокой культурой.

Стратегическое мышление – это отличительная черта менеджера, нацеленная на «открытие новых стратегий, которые способны переписать правила конкурентной игры и предвидеть возможное будущее, кардинально отличное от настоящего» [5].

Системный подход к развитию персонала – залог процветания компании.

Формирование системы обучения персонала – это целенаправленно организованный, планомерно и систематически осуществляемый процесс овладения знаниями, умениями, навыками и способами общения под руководством опытных преподавателей, наставников, специалистов, руководителей и т.п. [2].

Система внутрикорпоративного обучения тесно связана с организационной культурой. Это проявляется, во-первых, в том, что организационная культура является непосредственным фактором, прямо влияющим на внутрикорпоративное обучение в компании, а во-вторых, сама система внутрикорпоративного обучения для компании – это изначально важнейшее условие и один из наиболее главных путей формирования единой организационной культуры в организации. Для обеспечения единства действий всего персонала по достижению стратегических целей компании необходимы современные подходы формирования общих интересов, взглядов, устремлений, что может быть сделано через непосредственное управление организационной культурой.

Управление организационной культурой осуществляется на всех этапах ее развития. Руководству организации стоит брать во внимание то, что единая организационная культура не формируется мгновенно: для достижения эффективности в предстоящей работе компании должно быть приложено немало усилий, в том числе и усилий непосредственного руководства компании. Но это, безусловно, не исключает привлечения к работе и других сотрудников организации. Так же стоит отметить, что корпоративная культура нуждается в постоянном поддержании, т.к. это, по сути, является дополнительным укреплением внутренней среды организации, что, в свою очередь, обеспечивает ее стабильное развитие и процветание на рынке.

В качестве примера, можно представить систему внутрикорпоративного обучения персонала в ОАО НПП «Салют», которая будет введена в течение двух следующих лет и, в свою очередь, позволит достичь следующих результатов:

1. Систематизация затрат на обучение;
2. Быстрая реакция на изменения внешней и внутренней среды со стороны управления персоналом;
3. Снижение текучести кадров;
4. Снижение сопротивляемости нововведениям;
5. Оптимизация корпоративной культуры;
6. Стимулирование персонала к саморазвитию.

Система корпоративного обучения – это:

1. Обеспечение подготовки всех категорий персонала в соответствии с потребностями бизнеса;
2. Развитие управленческого персонала. Формирование системы управления знаниями. Обмен опытом и информацией внутри компании;
3. Отражение организационной философии и корпоративной культуры, развитие системы корпоративных ценностей;
4. Развитие организации, катализатор организационного развития, центр инноваций.

Обучение и развитие персонала – необходимое условие оперативного реагирования компании на изменения и запросы рынка.

Литература

1. Кибанов А.Я., Дураков И.Б. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация. М.: Инфра-М, 2009.
2. Базаров Т.Ю., Еремина Б.Л. Управление персоналом: учебное пособие. М.: «Центр Кадровых Технологий: 21 век», 2011.
3. Сычева С.М. Внутрикorporативное обучение персонала в современных условиях. Актуальные проблемы управления – 2011: Материалы 16-й Всероссийской научно-практической конференции. Вып. 4; Государственный университет управления. М.: ГУУ, 2011. 310 с.
4. С.М. Сычева. Взаимосвязь организационной культуры компании и системы внутрифирменного обучения. М.: ГУУ.
5. Нейлбафф Б.Д., Диксит А.К. Стратегическое мышление в бизнесе, политике и личной жизни. М.: Издательский дом «МИФ», 2013.

А.В. Савченко
канд. экон. наук
(ГУУ, г. Москва)

"ТЕОРИЯ ХАОСА" СТИВЕНА МАННА КАК ИНСТРУМЕНТ АНАЛИЗА ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ КОРПОРАЦИЙ

Изначально созданная как математическая концепция "теория хаоса", "теория динамического хаоса" или "теория нелинейных математических систем" описывает законы и закономерности случайных явлений в системах которые должны подчиняться законам детерминизма, часто такие явления называют "динамический хаос" или "детерминированный хаос" для различия научного термина и общеупотребительного понятия хаоса как беспорядка. Например атмосферные или разнообразные турбулентные явления в газовой и жидкостной среде, колебательные процессы в электрических и магнито-механических устройствах и т.п.

В государственное управление на самый высокий, стратегический уровень теорию хаоса вывел Стивен Манн своей статьей "Теория хаоса и стратегическое мышление". Она широко обсуждалась в военно-политической элите США, так как была напечатана в главном армейском журнале.

Отмечая в первую очередь консерватизм мышления на высшем управленческом уровне Манн проводит безупречную аналогию фиксируя фундаментальную проблему стратегического мировоззрения. Отмечая кризис стратегического мышления на геополитическом уровне он поясняет источник этого кризиса и ориентирует на необходимость применения новых мыслетехнических приемов. Однако изучая теорию менеджмента, стратегический менеджмент мы можем увидеть все вышеприведенные недостатки в стратегическом управлении корпораций. Конечно есть огромное отличие государственного и корпоративного управления, но между ними есть и много общего. Это позволяет применять теорию хаоса, как теорию интердетерминированной нелинейно изменяющей свои свойства динамичной внешней среды.

Несомненно каждый руководитель в ситуации неопределенности и неясности ситуации, в первую очередь, стремится достигнуть понимания если не сущности, то хотя бы специфики происходящего. Поэтому представление о

стабильном взаимодействии некоторого ограниченного количества основных факторов в причинноследственной связке позволяет обрести уверенность и принимать управленческие решения. В ситуации стабильного функционирования организации это приводит к успешности и позволяет решить основные проблемы. Но ужесточение конкурентной борьбы, глобализация мировой экономики усложнение политических процессов и их влияния на экономическую жизнь приводит к необходимости в смене парадигмы стратегического мышления и на корпоративном уровне.

Асимметричность, нелинейность внешней среды требуют от стратегического управления адекватных интеллектуальных инструментов для своего анализа и своевременного реагирования на угрозы и вызовы. Основная идея Стивена Манна о теории хаоса заключается в следующем тезисе: "... Новая наука о хаосе, лежащая в тревожной границе между физикой и математикой, определяется четкими ключевыми принципами:

- Теория хаоса прилагается к динамическим системам – системам с очень большим количеством подвижных компонентов;
- внутри этих систем существует непериодический порядок, по внешнему виду беспорядочная совокупность данных может поддаваться упорядочиванию в разовые модели;
- подобные «хаотические» системы показывают тонкую зависимость от начальных условий; небольшие изменения каких-либо условий на входе приведут к дивергентным диспропорциям на выходе;
- тот факт, что существует порядок, подразумевает, что модели могут быть рассчитаны как минимум для более слабых хаотических систем.

«Хаос» – это не совсем удачное выражение для такой дисциплины. Слово вызывает ассоциации с бесформенностью и чистой случайностью, которые осложняют концептуальную задачу. «Нелинейная динамика» менее перегруженный и более описательный термин, но хаос это широко употребляемый научный ярлык, так что мы будем применять именно это слово [3].

Рассматривая в первую очередь государственное стратегическое управление и используя военное дело только как иллюстрацию стратегических особенностей управления Стивен Манн формулирует принципы вполне применимые в корпоративном управлении. Менеджер создает деятельность объекта управления в нелинейной рыночной среде выкристаллизовывая целенаправленные действия подчиненных из неупорядоченности общественных и экономических отношений.

Разработка и реализация выигрышных стратегий, "создание будущего" требует выявления или использование принципиально новых возможностей. Первопроходец всегда получает право формировать свои правила игры, стабилизировать новизну. Теория хаоса позволяет создавать методы диагностики скрытых воздействий, манипулирования и деструктивного латентного управления конкурентоспособностью.

Манн считает: "... Настоящая ценность теории хаоса находится на высшем уровне – в сфере национальной стратегии. Хаос может изменить метод, с помощью которого мы рассматриваем весь спектр человеческих взаимодействий, и в котором война занимает лишь особую часть. Международная среда является превосходным примером хаотической системы. Интригующее место теории хаоса – «самоорганизованная критичность» – превосходно соответствует ей в качестве анализа.

На международной арене традиционная модель приводит нас к переоценке нашего влияния на события и обесценивает все возможности, но

основные игроки продолжают иметь решающее влияние на события. Парадигмы хаоса и критичности, наоборот освещают диспропорционные эффекты, которые могут спровоцировать небольшие акторы. Немецкий физик Герд Айленбергер отмечает:

«Самые мизерные отклонения в начале движения могут привести к огромным различиям позднее – другими словами, крохотные причины могут вызвать непропорциональный эффект спустя определенный интервал времени...» [3].

Главная мысль этого высказывания заключается в следующем – необходимо перевести сложную системы в состояние "самоорганизованной критичности", а дольше цепная последовательность неизбежно приведет к кризису. Этот подход можно использовать как для конструктивных так и для деструктивных целей на геополитическом уровне. Для нас же важно, что подобные явления происходят и в коммерческих организациях, и использование представлений о "самоорганизованной критичности" повышает мощность аналитических процедур в управлении, и в конечном счете конкурентоспособность компаний.

Ключевое требование обеспечивающее успешность современной организации – это высокие скорости процессов принятия и реализации управленческих решений. Темп жизни постоянно возрастает, и в менеджеры вынуждены либо упрощать процедуры разработки решений, используя шаблоны и т.п., что неизбежно приводит к потерям и неудачам, либо увеличивать интеллектуальную насыщенность управленческих процедур.

Самоорганизующая критичность – это "зерно хаоса" из которого вырастают изменения, изменения развития или изменения деградации. Зарождение изменений всегда первоначально незаметно, оно незначительно по масштабам и силу своей новизны обычно маскируется за текущими мелкими неурядицами и отклонениями. Пока это вырастающее "зерно хаоса не наберет критическую массу и не произойдет прорыв обыденности. Дальше события начинают нестись вскачь, динамика изменений резко возрастает и незначительное прежде начало становится системообразующим.

Искусство управления заключается в способности использовать нелинейные, хаотичные процессы для достижения целей организации. Умение спрогнозировать, угадать направленность изменений как можно раньше зафиксировать начало дестабилизационного процесса это признак управленческого профессионализма. Теория управляемого хаоса позволяет акцентировать внимание на саморганизованной критичности как потенциальных точках бифуркации центрах из которых вырастает разрушающее структурные связи начало.

Мы должны понимать, что мыльный пузырь государственного долга США достиг предельных величин и продолжает расти. Бесконечно этот процесс продолжаться не может. Расплачиваться по своим долгам США не будет. Мыльный пузырь американской экономики лопнет. Избежать этого соединенные штаты могут толь в случае тотальной дестабилизации. Поэтому глобальной целью соединенных штатов является не однополярный, двухполярный или многополярный мир, а глобальный хаос – дестабилизация по всему миру.

Соединенным штатам на нужна стабильность – она "никогда не может быть целью" по мнению Манна. Поэтому прокатившиеся по постсоветскому пространству оранжевые революции, политические игры на ближнем востоке, северной Африке, санкции против России – это не попытки стабилизировать

конфликты, не попытки установить свой порядок – это всего лишь создание саморганизованной критичности.

Рынок при всем своем многообразии и внешней хаотичности всегда требует порядка. Основой рыночных отношений является гарантия сохранности имущества которые предоставляются государством. Разрушение стабильности государственной, правовой, экономической убивает бизнес. Выход российских корпораций на международный рынок требует изменении подходов, приспособление к новым обстоятельствам, учет и управление рисками – понимание сути событий происходящих на международной арене и на мировом рынке за счет использования теории хаоса в аналитике.

Механизм глобальных изменений которые США сможет использовать, по мнению Стивена Манна, заключается в следующем: "... Конфликтная энергия заложена в основы человеческих свойств с того момента, когда индивидуум стал базовым блоком глобальных структур. Конфликтная энергия отражает цели, ощущения и ценности индивидуального актора – в сумме, идеологическое обеспечение каждого из нас запрограммировано. Изменение энергии конфликта людей уменьшит или направит их по пути, желательному для наших целей национальной безопасности, поэтому нам нужно изменить программное обеспечение. Как показывают хакеры, наиболее агрессивный метод подмены программ связан с «вирусом», но не есть ли идеология другим названием для программного человеческого вируса?

С этим идеологическим вирусом в качестве нашего оружия, США смогут вести самую мощную биологическую войну и выбирать, исходя из стратегии национальной безопасности, какие цели-народы нужно заразить идеологиями демократического плюрализма и уважения индивидуальным прав человека. С сильными американскими обязательствами, расширенными преимуществами в коммуникациях и увеличивающимися возможностями глобального перемещения, вирус будет самовоспроизводящимся и будет распространяться хаотическим путем. Поэтому наша национальная безопасность будет иметь наилучшие гарантии, если мы посвятим наши усилия борьбе за умы стран и культуры, которые отличаются от нашей. Это единственный путь для построения мирового порядка, который будет иметь длинный период (хотя, как мы видим, никогда нельзя достичь абсолютной постоянности) и будет глобально выгодным. Если мы не сможем достичь такого идеологического изменения во всем мире, у нас останутся спорадические периоды спокойствия между катастрофическими переустройствами" [3].

О вирусах сознания писали многие, например Р. Броуди: "Психические вирусы – такие «инфекционные» частицы нашей культуры, которые мгновенно поражают людей, изменяя их мысли и судьбы. Иногда психические вирусы относительно безвредны... иногда они серьезно воздействуют на ход жизни людей... Психические вирусы – вовсе не какая-то отдаленная угроза.... Они рядом с нами, здесь и сейчас – они живут с нами на протяжении всей известной истории. Психические вирусы постоянно развиваются, они становятся все совершеннее, и все глубже проникает их заражение" [1].

Идея использования представлений о вирусах в экономике уже работает например в понятиях вирусный маркетинг или вирусная реклама. Это общее название различных методов распространения рекламы, в которых главным распространителем информации являются сами получатели информации, за счет формирования яркого, необычного содержания, способного привлечь новых получателей информации. Успешная вирусная реклама приводит к распространению информации близкой к геометрической. Экономический

эффект в этом случае многократно превышает результаты от других видов рекламы [2].

В заключение можно сказать, "теория управляемого хаоса" Стивена Манна подводит теоретическое обоснование под широко известный принцип Римской империи "разделяй и властвуй". В современном мире этот принцип приобрел новую динамичную окраску. После отказа от коммунистических идей и проведения рыночных реформ Россия, российские компании не перестали быть для западных стран конкурентами против которых можно применять все возможные способы недобросовестной конкуренции и латентного управления. Наглядным примером этому служит ситуация на Украине. Раздувание противостояния с Россией, выращивание национализма, санкции против российских компаний – все это делается не для установления нового порядка, не для создания сильного свободного Украинского государства, а для развития "самовоспроизводящегося хаоса".

Российские корпорации, в силу своей национальной принадлежности, неизбежно будут встречаться на международных рынках не только с ожесточенной, но и недобросовестной конкуренцией, деструктивным латентным управлением, и им необходимо понимать не только источники и природу, но и методологические основы направленных против них мероприятий. "Теория хаоса" Стивена Манна, широко обсуждаемая и комментируемая в прессе и интернет сообществе, в этом отношении, является одним из наиболее ярких примеров концептуального обоснования политики двойных стандартов на которых базирует свои действия политическая и экономическая элита Запада "для своих – все, для чужих – ничего".

Литература

1. Броуди Р. Психические вирусы. Как программируют ваше сознание. М.: Поколение, 2007. 304 с.
2. Савченко А.В. Сущность латентного управления. М.: Издательский дом ГУУ, 2014. 146 с.
3. Манн Стивен. Теория хаоса и стратегическое мышление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://spkurdyumov.ru/what/mann/>

СЕКЦИЯ «РОССИЯ И МИР: ИСТОРИЯ И ПОЛИТОЛОГИЯ»

М.А. Верниченко
канд. ист. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)
В.Б. Плавинский
соискатель
(РАНХиГС, г. Москва)

ПРОБЛЕМА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОСТОЯТЕЛЬНОСТИ / НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ НОВЫХ ПОЛИТИЙ

В современных условиях в рамках общей теории политического управления наряду с проблемой институализации и легитимации получает

разработку концепт состоятельного/несостоятельного государства. Понятие «государственная состоятельность» (statecapacity), в политической науке используется для описания изменяющейся сущности и роли государства в современном мире и означающее способность государства сохранять суверенитет и выполнять базовые функции, критичные для существования всей политической системы. Концепт «государственная состоятельность» выступает как условный синтезирующий показатель степени эффективности функционирования всей системы государственных общественных институтов. В то же время его характеристики видимо шире, так как выходят за рамки сферы собственно государственного.

Особое значение проблема государственной состоятельности приобретает в отношении так называемых непризнанных государств, поскольку уже сам факт непризнанности уже несет в себе некую несостоятельность.

Государственная состоятельность/несостоятельность – комплексная категория, синтезирующая различные аспекты институализации и легитимации, которая может характеризоваться по крайней мере четырьмя группам показателей:

- экономические (включает динамику ВВП, уровень неравенства доходов, темпы инфляции);
- политико-правовые (эффективность работы правительства, верховенство закона и адекватное реагирование национальной правовой системы на социальные изменения, уровень коррупции, подотчетность власти населению и уровень политической свободы, международный политико-правовой статус);
- показатели безопасности (политическая стабильность и отсутствие насилия внутри страны, террористическая активность и количество вооруженных стычек, наличие насильственных попыток смены власти, количество нарушений прав человека);
- социальные показатели (продолжительность жизни и детская смертность, доступность образования, качество жизни и качество человеческих ресурсов в целом). С учётом данных показателей новые государства, к которым относится Приднестровье, можно с полным основанием отнести к числу состоявшихся государств.

Исследование степени эффективности государственного управления будет более полным, если осмысливать его и с точки зрения противоположного состояния, то есть несостоятельности государственного управления. Разработка понятия несостоятельного государства началась в западной политологии. Как отмечает Т. Грант, несостоятельные государства относительно недавно обсуждались лишь как проблема зарубежной гуманитарной поддержки или социальной теории. Лишь дальновидные мыслители и руководители признавали их значимой угрозой национальной безопасности. Вновь поднятая встревоженность о национальной безопасности привела к беспрецедентной актуализации иного подхода к анализу проблемы: что делать с несостоятельными государствами? [1, 51].

В российской литературе понятие несостоятельного государства (термин его обозначающий появился позже), отражало идею состояния государства в связи с просчетами российского политического руководства [2, 3]. В работе И. Понкина речь идет об ошибках, системных сбоях, дисбалансах и иных дефектах государственного управления, а также дисфункциях и иных патологиях в государственном управлении [4].

Выделяется множество признаков несостоятельного государства. Д. Коллапс говорит о несостоятельном государстве как государстве, критически

утратившем свою жизнеспособность [5, 12]. По мнению Эд. Ньюмана, несостоятельным государством называется государство, которое не в состоянии поддерживать предоставление государственных услуг, обеспечивать надлежащее функционирование государственных органов и учреждений и централизованный контроль над своей территорией, то есть центральная государственная власть де-факто в таком государстве не существует [6].

Согласно С. Патрику, несостоятельные государства на международной арене считаются слабым звеном в коллективной безопасности в мире, в том числе по той причине, что такие государства нередко обеспечивают условия, при которых международные террористические группировки могут свободно осуществлять свою деятельность. Но также и потому, что под прикрытием соответствующей риторики сегодня разрушают суверенные государства, не имеющие никакого отношения к организации или финансированию терроризма [7, 2].

В качестве наиболее известных примеров несостоятельных государств (во всяком случае, в определённые периоды их истории) приводят Сомали, Либерию, Сьерра – Леоне, Боснию и Герцеговину, Руанду, Судан, Ливан, Конго.. Добавим сюда также Йемен, Гаити и современную (2014-2016 гг.) Украину.

Многие авторы утверждают, что в связи с глобальными и региональными изменениями происходит изменение функций государства, влияющее на государственную состоятельность.

Говоря о подобном изменении, следует учитывать различные модели государства, доминирующие в той или иной стране. Существует многообразие моделей и типов государства, которые описываются в правовой и социально-политической литературе:

- либеральные модели «минимального государства» и «нового государственного менеджмента»,
- социал-демократические по сути модели «социального государства»,
- модели корпоративного государства и «государства благоденствия»,
- модели «активизирующего» и «сетевое» государства,
- специфическую группу со своей особой проблематикой представляет собой модель непризнанного государства.

М.Ильин расширяет понятие государства, точнее государственности (statehood, stateness), показывает, что за этими понятиями скрывается не одно ясно концептуализируемое явление или предмет изучения, а целый набор разнородных явлений и видов. Так, существуют признанные члены мирового сообщества, среди которых гигантские державы (США, Россия, Китай, Индия) и крохотные острова (Барбадос, Сингапур, Мальта и др.), демократические республики (Италия, Чили, Молдова), и наследственные монархии (Бруней, Оман, Марокко), полупризнанное, только возникающее Палестинское государство, полупризнанные и непризнанные Н. Карабах, Абхазия, Ю. Осетия, ПМР.

Смысл такого подхода состоит в том, что он позволяет уйти от стереотипов в понимании государства (государственности), и предлагает новые трактовки государственных образований, к которым нельзя уже подходить с позиций только Ялтинско-Хельсинских соглашений. Так называемые непризнанные государства постсоветского пространства, каждое из которых имеет свою историю и свою судьбу, нуждаются в международно-правовом переосмыслении. При этом критерии состоятельности/несостоятельности государственности должны играть существенную роль. Это позволило бы в определенной степени минимизировать влияние ведущих мировых держав, которые часто действуют исходя из конъюнктурных политических интересов.

Литература

1. Grant T. Partition of Failed States: Impediments and Impulses // Indiana Journal of Global Legal Studies. 2004. Vol.11. No2. P51–82.
2. Керимов А.Д. Стратегические просчёты российской политической элиты. М.: Норма-Инфра-М, 2011. 48 с.
3. Мальцев Г.В. Социальные основания права. М.: Норма-Инфра-М, 2011. 800 с.
4. Понкин И.В. Теория девиантологии государственного управления: Неопределённости, риски, дефекты, дисфункции и провалы в государственном управлении. М.: Буки-Веди, 2016. 250 с.
5. Коллапс Д. Почему одни общества выживают, а другие умирают: пер. с англ. М.: Аст, 2008. 762с.
6. Newman E. Failed States and International Order: Constructing a Post-Westphalian World Contemporary Security Policy. 2009, December. Vol.30. No 3. P. 421-443. P. 422.<[http://www.Contemporary securitypolicy .org/assets/CSP-30-3Newman pdf](http://www.Contemporarysecuritypolicy.org/assets/CSP-30-3Newman.pdf) >.
7. Patrick S. Why failed states shouldn.'be our biggest national security fear // <[http://www.Washingtonpost com/opinions/why-failed states -shouldnt-be-our -biggest -national-security-fear/2011/04/11/AFqWmjKD-_story.html](http://www.Washingtonpost.com/opinions/why-failed-states-shouldnt-be-our-biggest-national-security-fear/2011/04/11/AFqWmjKD-_story.html)>.
8. Ильин М.В. Альтернативные формы суверенной государственности. Доклад на конференции «Двадцать лет карабахскому движению: реалии и перспективы», Степанакерт, 22-23.05.2008.

Л.А. Жукова

д-р ист. наук, проф.
(ГУУ, г. Москва)

«ЖЕНСКИЙ ВОПРОС» В ПУБЛИЦИСТИКЕ А.М. КОЛЛОНТАЙ

В СССР о ней снимались фильмы; ее именем были названы улицы в нескольких городах (Ленинграде и Николаеве, Днепропетровске и Нальчике и др.) и малая планета (№ 2467).

В современной России о ней почти забыли, и 140-летний юбилей со дня рождения этой замечательной женщины в 2012 г. прошел мимо внимания общественности. Между тем, в условиях неокapиTaлистической России взгляды А.М. Коллонтай на «женский вопрос» не утратили своей актуальности.

А.М. Коллонтай родилась в 1872 г. в Петербурге в обеспеченной дворянской семье. Ее отец, генерал-майор М.А. Домонтович, происходил из знатного дворянского рода, известного с XIII в., был героем русско-турецкой войны 1877-1878 гг. После освобождения от турок Болгарии он был назначен генерал-губернатором г. Тырново. Мать А.М. Коллонтай участвовала в создании первой в Болгарии высшей школы для женщин. Однако когда дочь, Александра, захотела учиться на женских Бестужевских курсах, она решительно воспротивилась этому, напуганная их либеральной атмосферой. Возможно, что именно жесткий диктат родителей подтолкнул Александру к раннему замужеству. В 1893 г. она вышла замуж за своего троюродного брата Владимира Коллонтая и вскоре родила сына Михаила. В 1895 г. В. Коллонтай был назначен инженером на строительные работы в Нарву. В следующем, 1896 г. Александра впервые увидела условия жизни работниц Кренгольмской мануфактуры в Нарве. «Закабаленность 12 000 ткачей и ткачих произвела на

меня ошеломляющее впечатление ... Женщины, их судьба, занимали меня всю жизнь», – писала она позднее, объясняя, почему заинтересовалась «женским вопросом» и социалистической литературой [1].

Через пять лет после замужества (1898 г.) А.М. Коллонтай, получив от мужа «вид на жительство», уезжает в Цюрих. За границей она самостоятельно изучала труды основоположников марксизма и иностранные языки, посещала лекции проф. Геркнера в университете Цюриха, экономистов Беатрис и Сиднея Вебб в Лондоне, немало сил посвятила изучению положения рабочих в Финляндии. В 1901 г. в Женеве познакомилась с Г.В. Плехановым, а в 1905 г. в Петербурге – с В.И. Лениным.

В 1905-1907 гг., во время первой революции в России Коллонтай была в Петербурге, занималась агитационной работой среди женщин, призывая их вступить в РСДРП, участвовала в создании Общества взаимопомощи работниц. Находясь в России, А.М. Коллонтай не теряла связей с лидерами европейского женского движения и в 1907 г. вступила в созданный в Штутгарте «Международный женский социалистический союз».

Свои взгляды на «женский вопрос» она системно изложила в статье «Женщина-работница в современном обществе». А.М. Коллонтай полагала, что важнейшим стимулом борьбы за равноправие в России в начале XX в. стало все более значительное участие женщин в общественном производстве. Огромную роль она придавала классовому принципу, разграничивающему понимание экономического равенства: «...В то время как буржуазная женщина с гордо поднятой головой вступает в открывающиеся перед ней двери интеллигентных профессий, пролетарка уже давно успела проклясть ту хваленую свободу труда и профессий... Не свободы труда добивалась она, а нормировки рабочего дня, запрета ночной работы и других постановлений, ставящих предел алчному использованию капиталом ее трудовых сил» [2].

В 1908 г. А.М. Коллонтай приняла участие в работе I Всероссийского женского съезда. Яркий оратор, она убедительно отстаивала свою точку зрения. На ее фоне либеральные феминистки (А. Шабанова, А. Тыркова, С. Тюберт) выглядели довольно бледно, поэтому прозвали ее «эта ужасная Коллонтайша» [4]. По итогам съезда А.М. Коллонтай написала свою первую большую книгу «Социальные основы женского вопроса» (1909).

Почти сразу же после съезда из-за преследований полиции А.М. Коллонтай была вынуждена уехать в эмиграцию, которая длилась восемь долгих лет. Находясь в Италии, Германии, Франции, Норвегии, Швеции и США, она познакомилась с Г.Каутским, Р.Люксембург, П. и Л. Лафаргами, стала членом социал-демократической партии Германии, работала во Французской социалистической партии, была делегатом ряда конгрессов II-го Интернационала. Первая мировая война застала ее в Германии, в курортном городке Кольгруб, где она отдыхала с приехавшим к ней сыном и вынуждена была срочно уехать в Швецию. В 1915 г. заняла большевистскую позицию по отношению к империалистической войне, вела антивоенную пропаганду (брошюра «Кому нужна война», 1916), за которую была выслана из Швеции, переехала в Норвегию, а оттуда в США. Там с лекциями объехала за год 123 города; в поездках ее сопровождал сын. «Коллонтай покорила Америку!» – писали о ней американские газеты. Незадолго до окончания лекционного тура завершила свою вторую крупную работу «Общество и материнство» (1916), в которой обосновывала необходимость государственной помощи и поддержки материнства и детства, создания оплачиваемых государством детских садов и яслей, впервые ввела понятие «двойной нагрузки» у работающей женщины (на производстве и дома).

В марте 1917 г., воспользовавшись политической амнистией Временного правительства, А.М. Коллонтай вернулась в Россию и сразу оказалась в эпицентре событий. Была избрана делегаткой Петроградского Совета, членом бюро большевистской фракции Совета. С большим вдохновением и энтузиазмом вела пропагандистскую работу среди женщин, была введена в редколлегию газеты «Правда».

С середины апреля – член исполкома Петросовета. С докладами о решениях Апрельской конференции вела революционную агитацию среди солдат Петроградского гарнизона и женщин-работниц. Получив прозвище «Валькирия революции», стала одним из организаторов Союза солдаток при Петросовете. Писала статьи в газеты «Солдатская правда», журнал «Работница»; большим спросом пользовалась ее брошюра «Кто такие с.-д. и чего они хотят?», выдержавшая в течение 1917 г. несколько изданий. Активно сотрудничала с газетой «Волна» (в Гельсингфорсе), выступала на кораблях Балтфлота (Кронштадт, Гельсингфорс), где и познакомилась с матросом Центробалта П.П. Дыбенко, который сопровождал ее во всех поездках, что положило начало длительным дружеским отношениям, развитие которых убыстрялось бурными событиями в стране и закончилось первым в стране Советов зарегистрированным браком (им было выдано свидетельство о браке № 1).

Активная пропагандистская деятельность А.М. Коллонтай беспокоила Временное правительство. По личному распоряжению А.Ф. Керенского она была арестована и заключена в Выборгскую женскую тюрьму. На VI съезде РСДРП(б) 26 июля – 3 августа 1917 г. Коллонтай была заочно избрана одним из почетных председателей съезда и членом ЦК, став первой женщиной, избранной в состав ЦК большевистской партии. 19 августа, незадолго до «корниловского мятежа», по ходатайству М. Горького и Л.Б. Красина была выпущена из тюрьмы под залог в 5 тыс. руб., жила под домашним арестом. Благодаря вмешательству Петросовета 9 сентября была окончательно освобождена. В середине сентября в качестве делегата от большевиков участвовала в Демократическом совещании.

В дни Октябрьской революции находилась в Смольном, была делегатом и членом Президиума II Всероссийского съезда Советов (25-26 октября 1917 г.). Там же была избрана членом ВЦИК, а 30 октября была назначена Лениным народным комиссаром государственного призрения; на этом посту пробыла до марта 1918 г., став первой женщиной-министром в истории России.

В ноябре 1917 г. участвовала в работе I Петроградской конференции женщин-работниц, выступив с докладом об охране материнства и младенчества. Споря с представительницами либерального крыла феминизма, присутствовавшими на конференции, объявила их «врагами работниц и крестьянок». Убежденная сторонница «феминизма равенства», она стремилась обеспечить государственную помощь матерям из числа работниц; настояла на создании в декабре 1917 г. «Отдела материнства и младенчества» при Наркомате государственного призрения.

Во время голосования по вопросу о заключении Брестского мира входила в группу «левых коммунистов», была против его подписания, за ведение «революционной войны». 19 марта 1918 г. в знак протеста против заключения Брестского мира Коллонтай ушла с поста наркома государственного призрения. В дневнике тех лет она писала, что рабочие «жестоко разочарованы революцией». Однако в своих статьях по «женскому вопросу» призывала работниц к новым усилиям на пути строительства социализма. В ноябре 1918 г. на I Всероссийском съезде работниц и крестьянок выступила с докладом «Семья и коммунистическое государство», в котором обосновывала

необходимость государственной поддержки женщин-работниц и освобождения их от «креста материнства» с помощью домовых кухонь, ясель и детских садов. Спустя несколько месяцев ее выбрали членом женской секции Коминтерна.

После смерти И.Ф. Арманд, в сентябре 1920 г. возглавила женотдел при ЦК РКП(б) и находилась на этом посту до 1922 г., активно работая также в секции по борьбе с проституцией при Наркомате социального обеспечения.

Уже в начальный период НЭПа стало ясно, что время революционной романтики осталось позади. Многие члены РКП(б) тяжело переживали эти изменения во внутривнутрипартийной жизни. А.М. Коллонтай на X съезде партии поддержала группу «рабочей оппозиции», считая, что профсоюзы должны защищать интересы рабочих от бюрократизирующегося государства и партийной элиты. Ситуация становилась угрожающей, и по личному распоряжению Сталина в ноябре 1922 г. А.М. Коллонтай была направлена на дипломатическую работу в Норвегию. Лучшую кандидатуру для этой миссии было трудно найти: свободное владение семью европейскими языками, безупречные манеры и острый ум. В «почетной ссылке» определенную роль сыграла независимость взглядов этой революционерки и ниспровергательницы старых устоев и личная неприязнь к ней одного из активных деятелей тогдашнего ЦК Г.Н. Зиновьева. Начался новый этап в жизни Александры Михайловны, длившийся 23 года, до ее серьезной болезни.

В Норвегии она возглавляла советскую дипмиссию. РСФСР и Норвегия в тот период практически находились в состоянии торговой блокады, которую организовали английские консерваторы. А.М. Коллонтай добилась не только взаимовыгодных отношений в области торговли, но и установления двустороннего контакта между Москвой и Осло и юридического признания Советской России Королевством Норвегия.

Несмотря на большую занятость на дипломатическом поприще, в 1923 – 1925 гг. А.М. Коллонтай продолжает писать о «женском вопросе» в новом для нее жанре литературных повестей («Тридцать две страницы», «Василиса Малыгина», «Любовь пчел трудовых» и др.). В них она призывала не только к социальному раскрепощению женщины, но и утверждала ее право на свободный выбор в любви. Оригинально мыслящий аналитик, она предлагала синтез марксизма и формально не признаваемого ею феминизма с некоторой долей утопического фуриеризма. Взяв у К.Маркса и Ф.Энгельса идею распада буржуазной семьи и ее возрождения после революции, она заимствовала у А. Бебеля идею единения всех угнетенных женщин. Идея знаменитой статьи Коллонтай «Дорогу крылатому Эросу!» коренилась в противопоставлении любви возвышенной и любви низменной в философии Платона. Так как эта статья открыла многолетние общественные дискуссии о «половом вопросе», позже именно Коллонтай ошибочно приписали авторство «теории стакана войны». На деле она, напротив, пропагандировала идею ответственности брака и материнства. Именно эти убеждения побудили Коллонтай развернуть в 1926 г. свою последнюю общественную кампанию в интересах женщин. Во время обсуждения нового Кодекса о браке и семье, она выдвинула идею создания государственного фонда по страхованию материнства, который финансировался бы за счет доходов от налогов [5].

Больше в дискуссиях она не участвовала. В 1926 г. А.М. Коллонтай была советским полпредом в Мексике, где удостоилась награждения главным почетным орденом страны – орденом Ацтекского орла. В 1927-1930 гг. была вновь направлена в Норвегию. В 1930-1945 гг. – посланник, затем посол СССР в Швеции. Этот факт активно использовался советской пропагандой как показатель успешности «женской политики» большевиков, поскольку Александра

Михайловна стала первой в мире женщиной – Полномочным и Чрезвычайным послом.

Коллонтай тяжело переживала репрессии 30-х гг., в результате которых были физически уничтожены почти все ее друзья и сподвижники. В 1937-1938 гг. были расстреляны А. Саткевич, А. Шляпников, П. Дыбенко, лишь П. Маслов умер своей смертью в 1946 г. в эмиграции. Готовилось дело и против «дипломатов-изменников», в списке которых была и ее фамилия. «Жить жутко», – записала она тогда. Но она выжила, почти единственная из всей когорты ленинских соратников избежав репрессий.

Когда ей было уже за 70, в 1944 г. по поручению советского правительства вела переговоры с Финляндией о ее выходе из войны. Как посол СССР, она все время работала до изнеможения, в результате ее неожиданно разбил частичный паралич в результате инсульта. В марте 1945 г. В.М. Молотов сообщил телеграммой в Швецию, что она должна вернуться в Москву и пройти медицинское обследование. В силу тяжелой болезни, приковавшей ее к инвалидному креслу, в 1945 г. Коллонтай оставила должность посла, продолжая числиться советником МИД СССР. Подводя итог своей жизни, Коллонтай описывала в дневнике не свои успехи дипломата и общественной деятельницы, чему было посвящено свыше четверти века ее жизни: «Главное, что сделала – подняла в России и помогла двинуть разрешение вопроса равноправия женщин во всех областях, включая разрешение равноправия в сексуальной морали» [3]. Умерла Коллонтай 9 марта 1952 г. в Москве, не дожив пять дней до восьмидесятилетия. Ее похоронили рядом с Б.Н. Чичериным и М.М. Литвиновым на Новодевичьем кладбище.

Литература

1. Коллонтай А.М. Автобиографический очерк // Пролетарская революция, 1921. № 3. С. 268.
2. Коллонтай А.М. Женщина-работница в современном обществе // Труды I-го Всероссийского женского съезда. СПб., 1908. С. 793.
3. Коллонтай А.М. Летопись моей жизни. М., 2004.
4. Стайтс Р. Женское освободительное движение в России. Феминизм, нигилизм и большевизм. 1860-1930. М., 2007. С. 346.
5. Farnsworth B. Bolshevik Alternatives and the Soviet Family: the 1926 Marriage Law Debate // Women in Russia. Stanford, 1977. P.77.

Л.А. Жукова

д-р ист. наук, проф.

А.Г. Геокчакян

студент

(ГУУ, г. Москва)

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОТМЕНЫ КРЕПОСТНОГО ПРАВА В РОССИИ (К 155-ЛЕТИЮ ОТМЕНЫ КРЕПОСТНОГО ПРАВА)

XIX век в истории Российской империи стал своеобразным апогеем либерализма. Достаточно вспомнить прогрессивно настроенного императора Александра I, воспитанного в духе европейского Просвещения; план государственных преобразований М.М. Сперанского; различные декабристские

организации; реформы графа П.Д. Киселева, направленные на улучшение благосостояния государственных крестьян; дискуссии западников и славянофилов о будущем России и др. Но, конечно же, центральным сюжетом века стал ряд либеральных реформ Александра II. Самой значимой из них являлась крестьянская реформа 1861 г., отменившая крепостное право в России. К этому времени стало очевидно, что крепостное право не только тормозит социально-экономическое развитие страны и требует срочной отмены, но и подрывает международный престиж Российской империи.

Подготовка к реформе началась за несколько лет. Еще в 1857 г. был создан Секретный комитет, в феврале 1858 г. преобразованный в Главный комитет. Убедившись, что обычный бюрократический путь подготовки реформы оказался безуспешным, правительство пошло на неординарную меру. 17 февраля 1859 г. Александр II создает единственный в истории Российской империи вневедомственный орган – Редакционные комиссии, подчинявшиеся только царю. В него вошли 17 представителей бюрократии и 21 эксперт из известных ученых (экономистов, юристов) и либерально настроенных помещиков, всего 39 человек вместе с председателем генералом Я.Н. Ростовцевым. Мозговым центром реформаторов стал директор Хозяйственного департамента МВД Н.А. Милютин, который уже на практике осуществил свои теоретические взгляды на освобождение крестьян в имении великой княгини Елены Павловны (с. Карловка Полтавской губернии). Основу работы Редакционных комиссий составляла гласность.

Члены комиссии вносили свои предложения и пожелания, определяли круг наиболее проблемных вопросов, которые требовали более тщательной разработки; затем все идеи обобщались, сводились в один универсальный проект, максимально удовлетворяющий интересам помещиков и государства [6]. Подписанные 19 февраля 1861 г. Манифест «О всемилостивейшем даровании крепостным людям прав состояния свободных сельских обывателей» и «Общее положение о крестьянах, вышедших из крепостной зависимости» отменили крепостное право, при этом особое внимание уделялось трем вопросам, которые требовали дальнейшей проработки и реализации – личное освобождение, определение размера земельных наделов и выкуп этой земли (выкупные платежи). Именно эти три аспекта стали замкнутым треугольником для большей части крестьян.

После подписания Манифеста, помещичьи крестьяне признавались свободными, крестьянин освобождался от личной власти помещика, мог владеть имуществом, совершать сделки, поступать в образовательные или военные учреждения, менять местожительство и т.д. На все это теперь не требовалось разрешение «владельца» – помещика, который потерял все права на крестьянина. Но, на самом деле, все обстояло гораздо сложнее, чем кажется с первого взгляда – крестьянин получал свободу условно, по-настоящему свободным он становился только при выкупе земли. В течение ряда лет крестьяне оставались «временнообязанными», т.е. могли пользоваться землей за определенный фиксированный оброк или отбывание барщины.

Что касается чисто экономических вопросов, а именно, определения размера наделов и выплаты выкупных платежей, то их правовое содержание отражало интересы помещиков и государства в ущерб интересам крестьян. Правительство разделило всю землю на три категории: черноземную, нечерноземную и степную; а также установило минимальный (меньше помещик не мог предлагать) и максимальный (больше крестьянин не мог требовать) размеры надела, на который крестьянин мог рассчитывать [1]. Этот пункт законодательства был одним из самым сложных и нерегулируемых вопросов

реформы – крестьянин и помещик должны были самостоятельно договориться о размере надела. В целом, крестьяне получили меньше земли, чем пользовались до отмены крепостного права; часть земли, которая превышала норму, отрезалась в пользу помещика. Кроме этого, важным моментом было расположение этого надела: как правило, помещик старался выделять самые плохие участки земли, которые к тому же были расположены крайне неудобно для обработки, а самые лучшие – оставлял себе. В результате реформы средний размер крестьянского надела составил 3,3 десятины. Эта сделка регистрировалась уставными грамотами.

В случае, если помещик и крестьянин не могли договориться о размере надела, им назначался мировой посредник. В основном, все посредники, несмотря на официальную независимость, стояли на стороне помещиков. Но встречались и прогрессивно настроенные общественные деятели, которые, в первую очередь, отражали и защищали интересы крестьянства, среди них – писатели Л.Н. Толстой и И.С. Тургенев, ученые К.А. Тимирязев и И.М. Сеченов и др. Кроме личных усадебных участков, помещики обязаны были выделить крестьянам и полевой участок. Однако они выделялись не каждому крестьянину лично, а крестьянской общине в коллективное пользование, которая распределяла землю между крестьянскими домашними хозяйствами по своему усмотрению [4].

Фактически крестьяне получили землю не в собственность, а только в пользование – они должны были оплатить стоимость выделенной им земли (выкупить ее). Общая стоимость переданной крестьянам земли на территории Российской империи составила 544 млн. руб. Однако такая ситуация государство не устраивала, поэтому разработанная специальными органами формула оценки стоимости земли повысила ее более чем в 1,5 раза и составила 870 млн. руб. [2]. Очевидно, что при такой цене крестьянин не мог выкупить свой надел, поэтому государство пошло на радикальный шаг, который в очередной раз ухудшал положение крестьян. Стоимость крестьянского надела была разделена на две части. Большую часть, а именно 80% государство сразу заплатило помещикам; тем самым навязав крестьянам ссуду под 6% годовых, которую они должны были погасить за 49 лет. В результате каждый крестьянин вернул государству в несколько раз больше, чем занимал; получается, что крестьянин за такую сумму выкупил не только землю, но и личную свободу.

Остальные 20% стоимости крестьянин должен был выплатить помещику самостоятельно. Этот очередной «кредит» растянулся на 20 лет. В течение этого времени крестьяне должны были платить оброк (фактически за выкуп земли – в среднем 10 руб. в год) и нести определенные повинности (барщину). Такое положение крестьян, как уже отмечалось выше, называлось «временнообязанное». К 1881 г. около 15% крестьян не до конца выкупили землю. В это время был установлен двухлетний срок обязательного перехода на выкуп. Крестьяне за два г. обязаны были завершить выкупные сделки, иначе их право на земельные наделы терялось (некоторые крестьяне, не успев полностью оформить сделку и расплатиться с помещиком, лишились земли). В 1883 г. официально понятие «временнообязанных» крестьян исчезло, однако на окраинных территориях страны последние выкупные сделки относились к 1912-1913 гг. [3].

В результате Первой русской революции 1905 г. крестьяне путем упорной борьбы добились уменьшения размера платежей на половину, а с 1 января 1907 г. – их отмены и ликвидации долгов перед государством, однако к этому времени общая сумма возвращенного кредита составила чуть более

1,5 млрд. руб., что составляет 294% от реальной рыночной стоимости земли, которая была передана крестьянам, по состоянию на 1861 г.

Анализируя экономическое содержание проведенной крестьянской реформы и ее последствия, очевидно, что отмена крепостного права имела огромное значение, и, по меткому выражению Б.Г. Литвака, вызвала «цепную реакцию реформ» [5], а Александр II был удостоен эпитета «Освободитель». Однако, ее экономические положения полностью защищали интересы помещиков и государства, ставя крестьян в еще более неблагоприятное финансовое положение, и вынудив их всю оставшуюся жизнь расплачиваться за свою свободу.

Экономическую составляющую реформы еще в 1861 г. удачно охарактеризовал Л.Н. Толстой в письме А.И. Герцену: «Как вам понравился Манифест? Я его читал нынче по-русски и не понимаю, для кого он написан. Мужики ни слова не поймут, а мы ни слову не поверим. Еще не нравится мне то, что тон манифеста есть великое благодеяние, делаемое народу, а сущность его ... ничего не представляет, кроме обещаний» [7].

Помимо выкупных платежей крестьяне страдали от постоянного увеличения косвенных налогов, составляющих в первое десятилетие XX в. 76,1% всех налоговых поступлений. Налоги на крестьян в 1909-1914 гг. увеличились на 28% [8]. Все это, как и малоземелье, негативно сказалось на доходности крестьянского хозяйства. Не случайно, аграрный вопрос был центральным в трех российских революциях начала XX в.

Литература

1. Архипов А.М. История правового регулирования земельных отношений в России: лекция. Нижний Новгород, 2007. С. 14-15.
2. Башлачев В. Бюджет крестьянина 100 лет назад // Былое. 1997. № 3-4.
3. Ванюков Д.А. Отмена крепостного права // Век трех императоров. М., 2008. Гл. 8. С.147.
4. Долбилов М.Д. Александр II и отмена крепостного права / М.Д. Долбилов // Вопросы истории. 1998. № 10. С. 40.
5. Литвак Б.Г. Переворот 1861 г. в России: почему не реализовалась реформаторская альтернатива. М., 1991. С. 213.
6. Писемский В.А. Отмена крепостного права в России: на дальних подступах к реформе // Вестник Московского университета. Сер. 6, Экономика. 1995. № 5. С. 43-44.
7. Письмо к А.И. Герцену. 1861 г. Марта 14/16. Брюссель // Л.Н. Толстой. Полное собрание сочинений. В 90-х томах. Т.60. М., 1949. С. 373.
8. Россия в начале XX века / под общ. ред. академика А.Н. Яковлева. М., 2002. С. 40.

А.А. Ильюхов
д-р ист. наук, проф.
(ГУУ, г. Москва)

СОВЕТСКАЯ ВЛАСТЬ: 1921 Г. – ВЫБОР МОДЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

В годы гражданской войны в России сложилась определённая (в значительной мере извращённая с экономической точки зрения) система

социально-экономических и идейно-политических взглядов, как среди руководителей партии и государства, так и среди основной массы населения. Неспособность решить основные народнохозяйственные задачи, урегулировать сложные производственные отношения между людьми, многие новые руководители компенсировали псевдоэкономическими выводами и действиями. Некоторые хозяйственники утверждали, что «необходимо вводить обычаи (т.е. потребности) близкие к спартанским». В партии довольно быстро сложилась тенденция к абсолютизации военно-административных методов управления народным хозяйством. Недостаточно подготовленный уровень членов правящей партии, уверенность в эффективности «прямых действий», смутные теоретические понятия о политэкономии, несли опасность непредсказуемых политических решений. Следует отметить, что в высшем эшелоне руководства партии и государства практически не было людей имеющих достаточное (тем более хорошее) экономическое образование. Понятие о политэкономии базировалось в основном на первом томе «Капитала» К. Маркса. Из этой когорты можно выделить лишь Н. Бухарина, который имел хорошее экономическое образование, но достаточно вспомнить его работы «Азбука коммунизма» или «Экономика переходного периода», чтобы убедиться, что автор является одним из апологетов политики «военного коммунизма».

Трудности в экономике России усиливались тем, что страна лежала в руинах. За семь лет мировой войны, революций и гражданской войны, страна утратила более половины своего национального богатства. Эти потери составили 76544 млн. довоенных рублей. Национальный доход сократился в 3 раза, промышленное производство в 1920г. сократилось в 7 раз, по сравнению с довоенным уровнем [1]. Некоторые отрасли промышленности вообще прекратили выпуск продукции. В очень тяжелом положении оказались крупные промышленные регионы страны. Например, общие потери угольной промышленности Донбасса составили более 300 млн. руб., или половину всего основного капитала. А добыча угля сократилась с 25,3 млн. т. в 1913 г. до 4,5 млн. т. в 1920 г., что составляло 17,7% довоенного уровня. Еще в более худшем положении была металлургическая промышленность Донбасса. Производство чугуна в 1920 г. составляла 0,5% от уровня 1913 г., стали – 1,7%. Аналогичное положение было в других промышленных регионах России.

Перед советским государством сложнейшая задача – восстановить разрушенное народное хозяйство и перейти к расширенному воспроизводству. Эту задачу должна была разрешить новая экономическая политика, которая входила в противоречия предшествующей политикой военного коммунизма.

Следует отметить, что Коммунистическая партия в это время полностью заняла господствующее положение в обществе, и ее решения воспринимались, как руководящие и законодательные. Теоретические основы новой экономической политики были разработаны В.И. Лениным и впервые обоснованы в отчетном докладе X съезду РКП(б) и нашли отражение в последующих работах. По нашим подсчетам В.И. Ленин о работе промышленности в новых условиях обращался более чем в 20 своих произведениях.

Разработкой теоретических и практических проблем работы социалистической промышленности занимались также другие видные деятели партии, которые имели высокое положение в высших экономических органах страны и могли в то время высказывать свою собственную точку зрения на роль и значение Новых органов управления промышленностью – трестов [5]. Но как руководители партии и государства они были привержены социалистическим идеям и не только поддерживали плановую экономику, но и проводили ее в жизнь.

К середине 1921 г. стало совершенно очевидным, что огромный аппарат управления экономической жизнью, созданный за годы гражданской войны, оказался неспособным эффективно руководить народным хозяйством страны в мирное время. В повестку дня встал вопрос об изменении политики в национализированной промышленности. В.И. Ленин вынужден был признать одну из главных негативных черт социалистического хозяйствования: «Мы выбрасываем массу продовольственных и других ресурсов при ничтожном производственном эффекте непроизводительно, на ветер. Это неминуемо должно привести нас к поражению на хозяйственном фронте, если мы быстро и решительно не перестроимся применительно к новым условиям». С выводами вождя революции трудно не согласиться. Если в сельском хозяйстве уже в 1921 г. произошли положительные изменения, то спад промышленного производства продолжался и после разрешения рынка в местном масштабе. Назрела необходимость расширения масштабов рынка и включения в него государственной промышленности.

Поиски дальнейших путей развития общества, после победоносной гражданской войны, были связаны с огромными трудностями, лежащими в идеологической, политической и социально-экономической областях. Особенно сложно было отречься от идеологических стереотипов, которые не выдержали проверки жизнью. Но на X съезде РКП(б), В.И. Ленин был вынужден отречься от коммунистических методов руководства экономикой и допустить капиталистические принципы хозяйствования в народном хозяйстве.

Новая экономическая политика началась с политических мер, направленных на укрепление взаимовыгодных экономических отношений между рабочим классом и крестьянством, обусловила расширение рынка местного масштаба, который большевики готовы были сразу признать общегосударственным. Хотя на протяжении всей первой половины 1921 г. советское правительство делало попытки активизировать безденежные хозяйственные отношения с помощью «механизма распределения», оживить, а тем более восстановить таким образом промышленность было невозможно. Заработная плата оставалась, в значительной степени натуральной. Даже намечалось ввести вместо денег специальную расчетную единицу – трод (трудовая единица) [3]. Но в любом случае трезвомыслящим советским идеологам было ясно, что от товарно-денежных отношений никуда не уйти, и хотя бы суррогат денег, даже в виде трода, должен существовать в социалистическом обществе.

Если сельское хозяйство в начале 1921 г. получило некоторую возможность для своего развития после чрезвычайных мер «военного коммунизма», то промышленность находилась в состоянии предсмертной агонии. Начиная с мая 1921 г. кризисные явления в производстве приобрели катастрофический характер. Руководителям Советского государства стало понятно, что без коренной смены политики в промышленности дальнейшее развитие народного хозяйства невозможно. Снова возникла угроза существованию Советской власти, но уже не от крестьянства, а от рабочего класса – её революционной базы. Большевики лихорадочно искали выход из угрожающего социально-политического положения и вынуждены были пойти на уступки в идеологических вопросах. Это видно из того, как готовилось постановление президиума ВСНХ РСФСР от 6 июля 1921 г. Делая поправки к проекту постановления, В.И. Ленин вынужден был признать, что «один из основных недостатков нынешней экономической политики, это отсутствие хозяйствующего субъекта и, как следствие этого, рационального управления промышленностью» [4].

Однако, несмотря на то, что В.И. Ленин и его окружение понимали необходимость отказа от «военно-коммунистических» методов управления промышленностью, отойти от них было нелегко. Примером может служить позиция самого вождя революции летом 1921 г., когда положение в промышленности катастрофически обострилось. Он предложил 70% работникам Госплана взять под самый жесткий контроль управление работой 700 предприятиями, заставляя, таким образом, функционеров из Госплана работать, по 14 часов в сутки. Остальные, нерентабельные и разрушенные предприятия, он предложил закрыть, а рабочих снять с государственного снабжения. Но такое отчаянное предложение со стороны лидера партии, было явно неосуществимым.

В промышленности, как и в сельском хозяйстве, назрела необходимость перемены экономического курса, а именно – допущение рыночных отношений в индустриальное социалистическое производство.

Отправным моментом введения в жизнь новой экономической политики в промышленности, следует считать указание СНК РСФСР от 9 августа 1921 г. «О проведении в жизнь начал Новой экономической политики» и постановление Совета Труда и Оборона от 12 августа «Основные положения о мерах по восстановлению крупной промышленности, поднятию и развитию производства». Эти документы, соответственно, были продублированы государственными и хозяйственными органами всех республик. Отметим, что в первом постановлении делался важный экономический вывод, который рассматривал «кустарную и мелкую промышленность как подсобную к крупной государственной промышленности». Согласно указанным постановлениям, промышленные предприятия обязаны были работать на основе «точного хозяйственного расчета» [6].

Однако эти два постановления носили скорее форму политической директивы. Но, как тогда уже было принято, такие заявления включались в официальные сборники законов и носили обязательный характер. Поэтому можно говорить, что принятые постановления стали законодательной базой для введения новой экономической политики в промышленности. Государственные предприятия должны были работать на принципах хозяйственного расчета, то есть затраты на производство не должны были превышать стоимости готовой продукции. В.И. Ленин, в поправках к проекту постановления президиума ВСНХ РСФСР от 6 июля 1921 г., обосновал необходимость введения экономических принципов хозяйствования, заявив, что «в области народного хозяйства государство ничего никому не дает даром» и «что все снабжение рабочего входит в его заработную плату» [6]. Для промышленных предприятий введение принципа хозяйственного расчета было очень важным и позволило им быстрее перейти на более эффективные способы управления промышленностью.

Вся промышленность условно делилась на три группы. К первой группе относились предприятия, которые остались в непосредственном распоряжении государства. Это были технически оснащенные, наиболее крепкие предприятия, а также те, которые по тем или иным причинам были жизненно необходимы государству (предприятия, которые выполняли заказы для армии, Наркомата путей сообщения и т.д.). Ко второй группе относились предприятия, которые исключались из государственного снабжения, и государство сдавало их в аренду кооперативам, товариществам, другим организациям или частным лицам. В аренду передавались, как правило, небольшие предприятия, которые государство не могло взять на снабжение. Остальные предприятия ликвидировались. Это были разрушенные, мелкие предприятия, на которых

нельзя было наладить производство без крупных затрат. К третьей группе относились государственные предприятия, в которых вводился принцип «точного хозяйственного расчета». С этой целью, они получали «право реализовывать часть продуктов собственного или вспомогательного производства, в границах, что устанавливались государством для этого по каждой отрасли производства или предприятия» для приобретения сырья и топлива. С целью заинтересованности рабочих в результатах производства, как основной формы вознаграждения за труд, в полном объеме возобновлялась заработная плата [6]. Все виды рабочего снабжения (кроме спецодежды) входили в заработную плату. Такие нововведения свидетельствовали о намерении Советской власти возобновить рыночные отношения и придать государственной промышленности характер товарного производства. Государство не могло больше содержать промышленность за счет бюджета (вернее за счет сельского хозяйства) и эмиссии. Поэтому перед промышленностью было поставлено задание соотносить затраты и результаты производства (самоокупаемость). В то время это был единственно верный путь восстановления промышленности.

Таким образом, отказ от «военно-коммунистических» принципов руководства промышленностью и переход к «капиталистическим» методам управления были вызваны острой потребностью оживить производство, которое в 1921 г. фактически остановилась. Этот экономический и социально-политический маневр спас советскую власть в стране и предотвратил крах большевистского руководства. Руководители государства понимали, что без полного восстановления хозяйства и хорошо развитой промышленности они не смогут удержаться у власти. Несколько позднее, в решениях XII съезда партии, будет отмечено, что «победоносной может оказаться только такая промышленность, которая дает больше, чем поглощает. Промышленность, живущая за счет бюджета, т. е. за счет сельского хозяйства, не могла бы создать устойчивой и длительной опоры для пролетарской диктатуры» [2].

Литература

1. Богданов П.А. О синдикатах // Бюл. ВТС. М., 1923. № 46.
2. Ленинский сборник. Т. 20. М., 1932.
3. Ленин В.И. Полн. собр. соч. Т. 44. С. 64.
4. На новых путях. Итоги экономической политики 1921-22 гг. М., 1923. Вып. 2.
5. Ногин В. Новый шаг на пути к будущему // Бюллетень ВТС. 1928. № 28.
6. Решения партии и правительства по хозяйственным вопросам (1917-1967 гг.). В 5-ти т. М.: Политиздат, 1967. Т. 1.

А.А. Ильюхов

д-р ист. наук, проф.

Б.Х. Анджаева

студент

(ГУУ, г. Москва)

ДЕПОРТАЦИЯ КАЛМЫЦКОГО НАРОДА

Рассказы старших об этом периоде до последнего времени не были распространены в народе. В таких разговорах люди старались не давать

прямые оценки исторических фактов. Такое замалчивание народной трагедии объясняется обвинением в предательстве всего народа.

Государственное обвинение подразделялось на несколько пунктов, но в народном сознании отпечатались одно – калмыки добровольно пошли на службу в созданное немецким командованием вспомогательное воинское подразделение, которое в пропагандистских целях было названо Калмыцким кавалерийским корпусом (ККК). Народ считал, что основное обвинение строится на разнице между единственной в составе Красной Армии добровольно сформированной на территории республики национальной дивизией и целым корпусом. Получалось, что добровольно воевавших в национальном формировании против оккупантов было втрое меньше, чем на их стороне, хотя ККК был только назван "корпусом" и по количеству солдат на корпус не тянул. Но при подобных подсчетах сравнивали только два формирования: ККК и 110-я Отдельная Калмыцкая Кавалерийская Дивизия (ОККД), укомплектованные на этнической основе и имеющие определение "Калмыцкий" в названии. Однако в своем подавляющем большинстве калмыцкие мужчины служили не в добровольной 110 ОККД, а были мобилизованы по возрасту и служили в самых разных частях Красной Армии, их насчитывалось более 20 тыс. человек, а в совокупности с призванными в морские дивизионы, другими трудовыми мобилизациями и довоенными призывами их число достигало 37 тыс.

Поскольку обвинение базировалось на количественных данных, некоторые пытались оправдываться также с помощью чисел и пропорций, обращаясь к факту, что Калмыцкая АССР дала высокий процент Героев Советского Союза, или припоминали факты измены родине представителями других, "не наказанных" народов, например, называли русскую армию генерала Власова, украинских воинов Степана Бандеры. Обвинение всего народа в предательстве было тяжелым ударом по его достоинству, ведь абсурдные обвинения всегда трудно опровергнуть. Вина воспринималась особенно тяжело, потому что у народов с сильными родовыми традициями понятие "честь", "верность" были одними из основных в народной этике [3].

Этот холодный, суровый день третьего г. жестокой войны каждый калмык – стар и млад – запомнил на всю жизнь. Задолго до рассвета 28 декабря 1943 г. в соответствии с тщательно запланированной операцией под кодовым названием «Улусы», утвержденной «железным сталинским наркомом», Генеральным комиссаром государственной безопасности Л.П. Берия, одновременно во всех хотонах, селах, поселках и городах в дома калмыков вошли по двое-трое военных из войск НКВД и объявили, что по Указу Президиума Верховного Совета СССР от 27 декабря 1943 г. все калмыки как изменники и предатели выселяются в Сибирь, а Калмыцкая автономная республика отныне ликвидируется. В чем только не обвинялся калмыцкий народ: в период оккупации калмыки якобы изменили Родине, предавали немцам честных советских граждан, вступали в организованные немцами воинские отряды для борьбы против Красной Армии, передавали немцам эвакуированный из других мест колхозный скот, организовывали банды и совершали налеты на колхозы и совхозы, терроризировали население и т.д. и т.п.

На сборы семьям давали не больше часа. Многие семьи, не знавшие русского языка, растерянные от неожиданно свалившейся беды уходили из своих домов, не захватив теплой одежды и продуктов. Эти семьи были обречены на гибель в первую очередь. На сборные пункты подгонялись огромные американские "студебеккеры", в которых спецпереселенцев

доставляли к железнодорожным станциям, к поездам, состоящим из двусных вагонов – "теплушек". В каждый вагон помещали по 40-50 человек. Всего было сформировано сорок семь эшелонов.

Этот долгий, мучительный, двухнедельный путь унес жизни десятков тысяч людей, умиравших от холода, голода, болезней. Первым заходом было депортировано 91 919 чел. За январь 1944 г. к ним присоединилось еще 1014 чел. Между районами вселения они были распределены следующим образом: Омская область – 24 325 чел., Красноярский край – 21 164, Алтайский край – 20 858, Новосибирская область – 18 333 чел. Больше половины калмыцкого контингента в Омской области было расселено в ее северных округах – Ямало-Ненецком, Ханты-Мансийском и Тобольском. Поскольку выселение происходило в самый разгар зимы, смертность при перевозке была чрезвычайно высокой. В местах вселения нередко вспыхивали эпидемии (сыпного тифа) [1].

В 1944 г. депортации калмыков продолжились за счет выселения тех, кто проживал вне Калмыцкой АССР. 25 марта 2536 чел. из Ростовской области отправили в Омскую область, 2-4 июня 1178 человек из Сталинградской области отправили в Свердловскую обл.

Позднее к ним присоединились демобилизованные из армии калмыки – более 15 000 чел. Все солдаты и офицеры калмыцкой национальности были направлены в Астрахань и переданы НКВД, который вывез офицеров в Ташкент и Новосибирск, а рядовых направил на строительство Широковской гидроэлектростанции в Пермской области. Следует отметить, что женщины-некалмычки, бывшие замужем за калмыками, также брались на учет и подвергались всем положенным репрессиям. В то же время калмычек, вышедших замуж не за калмыков на учет не брали.

Общее число выселенных калмыков составляло около 120000 чел. После выселения калмыцкого народа в Сибирь территория республики была распределена между окружающими ее областями и Ставропольским краем. Основная часть калмыцких улусов и г. Элиста вошли в специально созданную для этого Астраханскую область. Западный и Яшалтинский (переименованный в Степновский) улусы отошли к Ростовской области, а Малодербетовский и Сарпинский – к Сталинградской. Ставропольскому краю были переданы Приютненский улус, а позже Троицкий. Калмыцкий район Ростовской области был упразднен и территориально разделен между Мартыновским, Романовским, Зимовниковским и Пролетарским районами.

В то время, когда тысячи калмыцких воинов, не щадя своей жизни, мужественно сражались на различных фронтах с германским фашизмом и приближали своими ратными делами великий день Победы, их отцов и матерей, жен и детей согнали под дулом автоматов и винтовок с родных мест, погрузили, как скот, в тысячи «телячьих» вагонов и повезли под охраной как преступников на восток. Десятки железнодорожных эшелонов с калмыками медленно потянулись в Сибирь, оставляя в пути сотни, тысячи трупов, в основном стариков и детей, сыновья и отцы которых бились в смертельной схватке с фашизмом.

И вот – новое местожительство, определенное беспомощным старикам, женщинам и детям. Сплошные лесные массивы, которые так внушали страх жителям бескрайних степей, со временем стали хорошим подспорьем, дававшим пропитание. 8 января 1945 г. было принято постановление СНК СССР № 35 «О правовом положении спецпереселенцев», закрепившее принудительное трудоустройство и ограничение свободного передвижения. Спецпереселенцы – главы семей или лица, их замещающие, были обязаны в

трехдневный срок сообщать в спецкомендатуру НКВД обо всех изменениях, происшедших в составе семьи. Так, высланные народы полностью оказались во власти спецкомендатур. По агентурно-осведомительным данным, калмыки преследовались даже за высказанную где-либо вслух мысль об обиде на советскую власть, что рассматривалось как антисоветское выступление [2].

Труд депортированных калмыков использовался в сельском хозяйстве, на лесоповале, но чаще всего – в промышленном рыболовстве; их многовековой опыт в области животноводства, в особенности отгонного, оказался невостребованным. Процесс адаптации в новых условиях, как для взрослых, так и для детей проходил по-разному. Представим себе на минуту положение калмыка-спецпереселенца в те далекие сороковые годы, положение жалкое, исключительно тяжелое и безрадостное, оказавшегося вдали от родных мест в суровых сибирских районах, без крыши над головой, без средств к существованию. Вдобавок к этому над бедным выселенцем висел страшный по тем временам ярлык предателя, изменника, по существу изгоя общества, находящегося под неусыпным оком органов НКВД. Можно удивляться тому, что несмотря на допущенную несправедливость, калмыки, высоко сознавая необходимость помощи фронту, стремились как можно скорее освоиться на новом месте, начать трудиться и внести посильный вклад в дело разгрома фашизма.

17 марта 1956 г. калмыки были реабилитированы, им было разрешено вернуться на родину.

В феврале 1957 г. Верховный Совет СССР утвердил Указ Президиума Верховного Совета СССР от 9 января 1957 г. о создании Калмыцкой автономной области в составе РСФСР. В 1958 г. был восстановлен статус Калмыцкой АССР.

14 ноября 1989 г. Декларацией Верховного Совета СССР были реабилитированы все репрессированные народы, признаны незаконными и преступными репрессивные акты против них на государственном уровне в виде политики клеветы, геноцида, насильственного переселения, упразднения национально-государственных образований, установления режима террора и насилия в местах спецпоселений. В современной Калмыкии 28 декабря отмечается как День памяти жертв депортации калмыцкого народа.

Депортация калмыцкого народа, по моему мнению, тяжелое испытание, которое выпало на долю каждого калмыка. Испытание ценою в человеческую жизнь, жизнь народившихся малышей, детей, подростков, взрослых и пожилых. Остается только загадкой, как калмыцкий народ выжил в нечеловеческих условиях, вдали от родных степей в борьбе за жизнь.

Литература

1. Гиляндикова Э. «28 декабря 1943», Элиста, 2005.
2. Коваль С. «Везут калмыков», Элиста, 2005.
3. Убушаев В.Б. «Калмыки: выселение, возвращение, возрождение», Элиста, 2007.

А.А. Ильюхов
д-р ист. наук, проф.
Т.С. Безродных
студент
(ГУУ, г. Москва)

ТАЙНА УБИЙСТВА ГРИГОРИЯ РАСПУТИНА

Интерес к загадке убийства Распутина не утихает по настоящий день вот уже 100 лет. Кто-то считает, что он был настоящим гением, а кто-то называет его обычным шарлатаном и обманщиком. Тем не менее «обычной» смерть Григория Распутина никак не назовёшь. Существует много разногласий и недосказанности на эту тему. Убийство, произошедшее в декабре 1916 г. во дворце семьи Юсуповых, казалось неизбежным, однако не мог найтись тот смельчак, который поднимет руку на любимца Царицы и Царя, – так считали многие левые, правые, либеральные и консервативные группировки, хотя самого Григория Ефимовича давно и неоднократно предупреждали о неизбежном трагическом конце. В 1905 г. – ясновидец Луис Хамон предсказывал Григорию Распутину смерть от пули и яда и говорил, что могилой ему станут ледяные воды Невы. Но «старец» не стал прислушиваться [1].

Для совершения долгожданного убийства собралась небольшая группа заговорщиков. В нее входили: великий князь Дмитрий Павлович, родственник Романовых – князь Феликс Юсупов, депутат от правых Пуришкевич и поручик Сухотин. Именно они решили, что следует покончить с Распутиным при помощи яда, выбрав его как наиболее подходящее для скрытия следов убийства средство, но все пошло вовсе не так, как рассчитывали убийцы. Чтобы не пересказывать события, связанные с убийством Распутина, следует только остановиться на одном факте: в мемуарной литературе много раз описывалось, что заговорщики хотели использовать яд – средство хоть и не для храбрецов, но, с точки зрения участников, верное. Известный писатель Э. Радзинский не согласен с тем, что яд применяли, и вообще приводит свою личную версию убийства, причем, акцент делает на то, что, по его мнению, Распутин не любил и не ел сладкого. Вообще, чем дальше в прошлое отступают события, тем более неправдоподобные и фантастические появляются версии. Подробную информацию о произошедших событиях в декабре 1916 г. можно найти в извлечённых из дневника записях самих участников события – Ф. Юсупова и В.М. Пуришкевича (16-17 декабря 1916 г.) [2].

Существуют разные мнения на разные темы, начиная от того, во что был одет Распутин, до того, куда попали выпущенные убийцей пули. Так, В.М. Пуришкевич в своих воспоминаниях утверждает, что первая пуля попала Распутину в грудь, вторая в спину, а третья, последняя, в голову. Однако в протоколах вскрытия говорится о трех ранениях на теле убитого – в печень, голову и спину. Так же в протоколах утверждается, что пуля прошла не навывлет, а застряла в печени, поэтому стала смертельной. Но, перед тем как прибегнуть к крайним мерам и пустить в ход оружие, команда заговорщиков безуспешно пыталась отравить Григория ядом, как известно - цианистым калием. Вопрос заключается в том, почему на Распутина не подействовал яд и как он выжил и смог двигаться (даже бежать) после первых двух выпущенных в него пуль. Если рассуждать, то всем этим фактам найдётся своё объяснение.

В дневнике Пуришкевича описано, что яд был добавлен в пирожные и смешан в рюмках с мадерой. Однако, как известно, цианистый калий теряет свои свойства при взаимодействии с глюкозой и дольше действует на организм человека при попадании через желудок, а не через лёгкие. В кремowych пирожных очень большое содержание сахара, да и в мадере оно не меньше 100 грамм на 1 литр, при том, что в каждом из трех стаканов содержалось по три дециграмма цианистого калия, растворенного в нескольких каплях воды. Поэтому вполне вероятно, что яд просто потерял свои свойства при взаимодействии с таким количеством сахара, тем более, что за то длительное время, пока Распутин не желал есть и пить, цианистый калий и глюкоза точно бы успели вступить в реакцию. Ко всему прочему существует гипотеза о том, что размер печени у Распутина значительно превосходил норму, и эта аномалия позволяла принимать дозы яда, смертельные для обычного организма. Однако, у «старца» всё равно появились первые признаки отравления этим ядом, точнее «першение в горле», как описывает Пуришкевич. Если говорить о попытке убить Распутина из огнестрельного оружия, то и тут можно найти объяснение произошедшему. В жизни намного сложнее убить человека пулей, чем в любом фильме. Чтобы сразить насмерть человека выстрелом по корпусу, нужно либо попасть ему точно в солнечное сплетение, либо в коронарные сосуды. Попадание пули в лёгкие, даже очень близко к сердцу, всё равно не эффективно, и цель сохраняет способность двигаться. Касательное ранение позвоночника вызывает кратковременное оглушение с помрачением сознания. Через некоторое время оно проходит, после чего к человеку возвращается способность к действиям. Отсюда можно сделать вывод, что у непрофессионального стрелка маленькие шансы убить жертву с первого или даже со второго выстрела. В большинстве случаев пострадавший умирает от потери крови, а не от точного попадания в жизненно-важные органы. Поэтому вполне вероятно, что Распутин смог двигаться из-за неточного выстрела, под действием шока и алкоголя, а не из-за чего-то сверхъестественного. Однако даже не это самое важное. Дело в том, что, согласно существующей версии убийства Распутина, в него стреляли только два человека – Феликс Юсупов и Владимир Пуришкевич. Первый – из «браунинга», второй – из «саважа». В противоречие этому отверстие в голове убитого не соответствует калибру двух этих пистолетов [3].

В 2004 г. на канале BBC вышел документальный фильм под названием «Кто убил Распутина?», построенный на расследовании исследователя Ричарда Каллена. В фильме во всех подробностях доказывается, что выстрел в голову был сделан профессионалом, отчего Григорий Распутин и скончался. В программе даже называлось имя этого человека – Освальд Рейнер, офицер, друг Феликса Юсупова. По мнению исследователей, британец убил Распутина, потому что в Лондоне боялись, что приближенный Николая II убедит императора заключить сепаратный мир с Германией, в этом случае 350 тысяч немецких войск могли быть оперативно переброшены на Западный фронт, что могло бы вызвать поражение Антанты.

Григория Распутина захоронили в строящейся часовне Преподобного Серафима в Царском Селе. Его убийцы избежали сурового наказания: Юсупов отправился в ссылку в собственное имение в Курской области, а своего двоюродного брата Николай II отправил на службу в Персию. Вскоре грянула революция, царь был свергнут, а Керенский дал письменное разрешение вернуться Феликсу Юсупову в Санкт-Петербург. Уголовное дело было прекращено.

В марте 1917 г., в дни Великого поста, тело Распутина было извлечено из могилы, перевезено в Петроград, на Поклонную гору и там сожжено. Существует городская легенда, что когда гроб со старцем подожгли, труп, вероятно под воздействием пламени, приподнялся из гроба и даже сделал жест рукой толпе. С тех пор то самое место у Поклонной горы считается проклятым.

Литература

1. Дневник В.М. Пуришкевича от 16 декабря 1916 года.
2. Дневник Феликса Юсупова от 16 декабря 1916 года.
3. Статья о противоречивых утверждениях о смерти Григория Распутина. (Электронный журнал «Русская семёрка»).

А.А. Ильюхов
д-р ист. наук, проф.
Я.М. Вергизова
студент
(ГУУ, г. Москва)

ХОЛОКОСТ И ЕГО ОСВЕЩЕНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ ИСТОРИИ

Вторая мировая война является одной из самых ужасных и трагических страниц в истории XX века. Она уничтожила более трех четвертей населения земного шара и являлась самой кровопролитной и самой разрушительной. Совершенные нацистами в период их двенадцатилетнего господства в Германии, убийства не имеют аналогов в истории человеческой цивилизации.

Холокост считается одной из составных частей массового истребления наций. Этот термин обозначает массовое уничтожение определенных народов во время второй мировой войны, гибель значительной части населения Европы в ходе систематического преследования и уничтожения нацистами и их пособниками в Германии и на захваченных территориях в 1933-1945 гг.

В европейских языках термин «холокост» известен ещё с древних времён. Этимологическим источником является греческое слово holocaustos: holos – «целый, целиком, полностью», kaustos – «сожжение». В научный оборот этот термин был введен лауреатом Нобелевской премии писателем Эли Визелем для обозначения геноцида развязанного нацистами [1].

Холокост являлся государственно-организованным, систематическим преследованием и уничтожением европейского народа нацистской Германией и ее союзниками между 1933 и 1945 годами. Вся внутренняя и внешняя политика государства была направлена задаче уничтожить другие нации. Для осуществления холокоста впервые были применены неизвестные организационные и технические усилия. Были подготовлены специальные подразделения убийц, создан механизм уничтожения: «лагеря смерти», газовые камеры для умерщвления жертв и крематории для сжигания трупов. Все преступления, совершенные нацистской Германией, являются грубым нарушением принципов и норм международного права, регламентирующих обращение с мирным население на захваченных территориях (Гаагские конвенции 1899 г. и 1907 г.) [1].

На основании теорий представителей общественной мысли идеологи национал-социализма создали свою идеологическую концепцию, которая и

стала основополагающим элементом для осуществления немислимых преступлений против человечества. Основными составными частями ее стали: расовая теория, антисемитизм, расовая биология, евгеника. Положения расовой теории были дополнены обоснованием геноцида физического истребления народов. Из этого можно сделать вывод, что холокост был заранее запланированным, четко организованным мероприятием.

Сначала данную идеологию применили на территории самой Германии, а затем и на землях оккупированных стран. При этом применялись одинаковые методы: концентрационные лагеря, гетто, массовые расстрелы и умерщвление с помощью яда и отработанного газа. Уничтожение велось согласно идеологической концепции, то есть уничтожались расово неполноценные. В итоге чего погибло 6 миллионов евреев [2].

Полное осознание Холокоста лежит за пределами человеческого разума. На Земле уже живут поколения, которые, к их счастью, не помнят о «сожженных заживо». По тематике Холокоста десятки лет в странах Европы, а также у нас, работают особые мемориальные и научные учреждения, собираются тысячи свидетельств случайно уцелевших, со временем все более редких очевидцев, издается множество документальных сборников, судебно-следственных материалов, монографий и статей. И все-таки обычному читателю мало что известно о страшном всемирно-историческом явлении Холокоста.

Из проведенного мною исследования можно выделить основные отличительные черты присущие политике Холокоста:

1. Преднамеренная попытка полного истребления целой нации, включая мужчин, женщин и детей, приведшая к уничтожению 60 % евреев Европы и около трети всей еврейской нации. Осуществление геноцида по этническому принципу. В каждом политическом движении, использующем расистские и националистические лозунги, видна тень Холокоста [3].

2. Система, предназначенная для массового уничтожения людей: были найдены многочисленные списки потенциальных жертв и свидетельства об убийствах. Во время Второй мировой войны на оккупированных Германией территориях были построены лагеря смерти, предназначенные для убийства миллионов людей, при этом технология уничтожения совершенствовалась [4].

3. Грандиозные, межнациональные масштабы истребления: на всей оккупированной Германией территории Европы жертвы преследовались и отсылались в концентрационные лагеря и лагеря уничтожения. Истребление продолжалось вплоть до перехода военных действий на территорию Германии и её последующей капитуляции в мае 1945 г.

4. Жестокие и часто приводящие к смерти антигуманные медицинские эксперименты, которые проводили нацисты над жертвами холокоста.

5. Пропаганда ненависти к еврейскому народу, требования ограничения его прав и изгнания со своей территории.

В ходе исследования гитлеровской политики Холокоста можно констатировать, что результаты политики геноцида и антиеврейской политики нацистов почти везде, как в самой Германии, так и в оккупированной Европе, были одинаковыми [5].

Проблема антисемитизма и холокоста продолжает оставаться актуальной, так как сразу же по окончании Второй мировой войны в Германии возник военно-исторический ревизионизм. Основной задачей ревизионистов являлось обеление нацистской Германии, стремление снять с нее обвинения в агрессии и военных преступлениях. Также историки-ревизионисты пытались отрицать самый факт геноцида еврейского народа. В настоящее время голоса

отрицателей Холокоста как одного из крупнейших преступлений в истории человечества не умолкают, а ширятся.

Истоки массового уничтожения евреев Европы – в идеологии нацизма и ее расистских корнях. Для ее защитников важно «очистить» нацизм от этих преступлений. Последователи нацистской идеологии всеми возможными и невозможными способами пытались и пытаются отрицать или преуменьшить масштабы Холокоста. Они называют себя «ревизионистами». Однако, в современной западной историографии Холокоста их справедливо обозначают термином «отрицатели», подчеркивая ненаучную основу таких утверждений

Основные тезисы отрицания Холокоста варьируются вокруг нескольких общих положений. Ю. Граф выделяет три таких положения, которые «оспаривают ревизионисты» [6]:

- 1) существование плана физического истребления евреев;
- 2) существование газовых камер и лагерей смерти;
- 3) количество уничтоженных евреев (от 5 до 6 миллионов)

Активное распространение информации, отрицающей факт массового уничтожения евреев в годы Второй Мировой войны, в современной России началось с середины 90-х годов.

К сожалению, в стране, одержавшей победу над немецким фашизмом ценой огромных человеческих потерь, стало возможным распространение неонацистских взглядов, и как следствие, появление публикаций по отрицанию Холокоста.

Затянувшийся период реформирования в России вызвал негативные последствия не только в социально-экономической сфере, но и в общественном сознании и социальной психологии.

Понятно, что в период зарождающейся демократии идет поиск новых путей развития, новых идеологий, новых методов борьбы за возврат утраченного в противовес не окончательно утвердившимся демократическим принципам. Неудивительно, что в условиях нестабильности усилились экстремистские и реваншистские настроения в обществе.

Распад советской системы привел, с одной стороны, к свободе и многовариантности в политической жизни, с другой – к расколу общества на полярные, подчас абсолютно непримиримые, противоборствующие группировки. Экстремистски настроенные круги стали искать виновников негативного исторического опыта советского государства и всего, что произошло в постперестроечный период. Эта ситуация способствовала в том числе и поиску всевозможными оппозиционными силами «радикальной» альтернативы (в виде национальной идеи, расовой структуры общества, в монархической форме правления или даже в установлении диктатуры). В рамках этого поиска не удивляет и развернувшаяся пропаганда истории III-го рейха и образа его вождя.

Появлению публикаций по отрицанию Холокоста предшествовало издание многочисленных книг по теоретическому наследию национал-социалистов, истории III Рейха, биографий фашистских лидеров и так далее.

Распространение подобной литературы, безусловно, способствовало пропаганде идей нацизма и готовило определенную почву для отрицателей.

Причины распространения отрицания Холокоста в России обусловлены как историческим прошлым, так и особенностями ее современного развития.

Выделим основные из этих причин и предпосылок:

1. Многолетнее замалчивание и фактическое отрицание Холокоста государством и обществом в бывшем СССР;

2. Политика государственного антисемитизма и длительная «борьба с сионизмом» в бывшем СССР;
3. Глубокие исторические корни антиеврейских настроений в общественном сознании;
4. Последствия тоталитаризма и краха советской идеологии, оставившей глубокий след в современном социуме;
5. Несовершенство законодательства и несоблюдение гарантий гражданского общества в современной России;
6. Отсутствие темы Холокоста в государственной программе образования;
7. Недооценка этого исторического явления демократическими силами российского общества;
8. Недостаточное количество монографий, документальных изданий и научно-популярных публикаций на тему Холокоста и их низкие тиражи;
9. Распространение националистических идеологий в постперестроечной России.

Таким образом, распространение отрицания Холокоста в нашей стране объясняется особенностями нашей истории, ее последствиями, нестандартной политической и экономической ситуацией в России. Вместе с тем, этот процесс стал возможным благодаря активизации данного направления на Западе. Он достиг своего апогея в большинстве стран, благодаря правильной ориентации общественного мнения, публичному осуждению. В России же возникли весьма благоприятные условия для распространения их нацистских идей и антисемитских лозунгов.

Этот процесс оказался связанным с политическим размежеванием в обществе. Отрицание Холокоста в России – это прежде всего общественный фактор, который, к сожалению, не вызывает адекватной реакции со стороны общества. Несовершенство законодательства, неподготовленность общественного сознания и весьма отрывочное знание истории Холокоста в России затрудняют процесс противодействия отрицателям с одной стороны, и облегчают распространение этого явления, с другой.

Отрицание Холокоста в России сформировалось на фоне усиления политической и идеологической борьбы посттоталитарного общества и стало составной частью идеологий крайне националистического толка. Так же, особенно важно, что отрицание Холокоста в России возникает в сознание масс в результате пропаганды острого социального и национально-этнического антагонизма.

Подобной ситуации возникла из-за усиления политического экстремизма в России, что является последствием краха коммунистической идеологии и авторитарной политической системы.

В современной России отрицание Холокоста не является пока самостоятельным идеологическим или исследовательским направлением. Не существует и специальных работ российских авторов по этой теме. Однако, активная перепечатка книг западных отрицателей (таких как Граф, Харвуд, Гароди и др.) и использование их основных тезисов на страницах экстремистской прессы представляет возможно большую угрозу, так как большинство россиян не обладают даже начальными сведениями о Холокосте.

Актуальность данной работы заключается в стремлении осветить тему Холокоста и его отражения в современной истории. От повторения такого страшного явления, как Холокост не может быть застраховано ни одно многонациональное государство. Отношение многих стран к проблеме геноцида народов, а так же к недопущению повторения драматических уроков

гитлеровской политики демонстрирует замедленную эволюцию исторической памяти народов в современных условиях. С этой точки зрения научное значение данной темы, несомненно, возрастает. Тем более, что предотвращение подобных преступлений против мира и человечества остается практической задачей, однако, пока не находит должного освещения ни в международном праве, ни в законодательстве развитых стран. Преступления подобного характера признаны «международными преступлениями», но они не караются со всей строгостью в международной правовой практики, включая санкции ООН.

Литература

1. Альтман М.М. Отрицание холокоста: История и современные тенденции. М.: Фонд «Холокост», 2001.
2. Альтман И.А. Преподавание темы Холокоста в XXI веке. М.: Фонд «Холокост», 2000.
3. Альтман И.А. Холокост и еврейское Сопротивление на оккупированной территории. М.: Владос, 2001.
4. Альтман И.А. Холокост и дело Еврейского антифашистского комитета. Материалы IV Международной конференции «Уроки Холокоста и современная Россия». М.: Фонд «Холокост», 2003.
5. Граф Ю. Миф о холокосте. М.: Русский вестник, 1996.
6. Холокост. Сопротивление. Возрождение. Еврейский народ в годы Второй мировой войны и послевоенный период 1939-1948: учебное пособие. М.: Фонд «Холокост», 2000.

А.А. Ильюхов
д-р ист. наук, проф.
К.Н. Некрасова
студент
(ГУУ, г. Москва)

ПЕРВЫЕ РУССКИЕ СВЯТЫЕ

Тысячу лет назад произошло то ли уголовное, то ли политическое преступление, оставившее глубокий след в ранней российской истории и в становлении христианства на русских землях.

После смерти Владимира 15 июля 1015 г. Святополк оказался ближе всех других братьев к Киеву и без особых затруднений вступил на престол. Как отмечает летопись, писанная в Киеве при Ярославе Мудром (обратим на это внимание), означенный Святополк силой захватил власть в Киеве, нарушив волю отца – Владимира [8]. Ведь Владимир хотел передать великое княжение младшему сыну Борису, который на момент кончины отца воевал с печенегами. То есть, у него в руках была армия ("Дружина" по названию того времени). Причём дружина была настроена против Святополка и призывала Бориса пойти на Киев и "сесть на Киевский стол". Борис был любимым сыном Владимира (его мать была болгаркой, родом из Византии – Македонии, это один из первых династических браков на Руси, что говорит о тесных связях Болгарии, Византии и Древней Руси). Но Борис не внял голосу дружины [9]. Он не хотел нарушать святости родовых отношений и с негодованием отверг это предложение,

вследствие чего дружинники отца покинули его, и он остался с одними своими отроками, то есть, с младшей немногочисленной дружиной. Летописец тем самым подчёркивает его высокие моральные качества: он не хотел свергать брата с престола и применять силу на тот момент уже провозгласившим себя великим князем [1].

Далее летопись показывает "милые подробности" жестоких убийств двух братьев, Бориса и Глеба. В частности, она рассказывает, что 24 (30) июля 1015 г. Борис расположился в своем шатре на берегу реки Альты [4]. Услышав пение псалмов, доносившихся из шатра, руководитель покушения, некий Путша, решил дождаться, пока Борис окончит молитву и ляжет спать. Но, едва князь закончил молитву, "Ворвались убийцы и копьями пронзили Бориса и его слугу венгра Георгия, пытавшегося защитить господина собственным телом". Убийцы только тяжело ранили Бориса. Летопись утверждает, что он начал горячо молиться, а потом обратился к ним: «Подходите, братия, кончите службу свою, и да будет мир брату Святополку и вам». Подобное поведение действительно логично только для святого. Он прощает своих убийц, да и брата предателя. Тогда один из убийц подошел и пронзил его копьем. По версии сказания, Бориса убивали "долго и упорно" [2].

Злодеяние Святополка как бы усиливается другим убийством. Избавившись от одного соперника, Святополк принялся за другого брата – Глеба. Летописцы считают, что он не только хотел уничтожить еще одного претендента на престол, но и опасался мести со стороны единоутробного родича убитого им Бориса [5]. Глеб получил от Святополка известие о смерти отца и по требованию брата выехал в Киев, однако остановился в Смоленске, где его нашло второе послание – от брата Ярослава, предупреждавшего об опасности. Убийство Глеба в Смоленске также подробно описано летописцем. Названа точная дата убийства- 5 сентября 1015 г. и даже имя убийцы и его социальный статус. Это повар князя, названный в летописи Горчином (вероятно это не имя и не прозвище, а происхождение), но это исполнитель, организатором убийства был варяг по имени Горясер. Тело Глеба убийцы погребли «на пусте, на брези межи двумя колодами» (в простом гробу, состоящем из двух выдолбленных брёвен). То есть, остановка князя для отдыха в Смоленске на длительном пути в Киев стала для Глеба смертельной ловушкой.

Однако, наряду с каноническим рассказом о братоубийстве существует также версия, согласно которой в смерти Бориса и Глеба на самом деле виноват не Святополк Окаянный, а Ярослав Мудрый, позже замаскировавший своё участие. Эта версия появилась в 1834 г., когда профессор Санкт-Петербургского университета Осип Сенковский перевел на русский язык варяжскую «Сагу об Эймунде» («Эймундова прядь») [7]. В саге рассказывается, как некий конунг (князь) Ярислейф (вероятно Ярослав) сражается с конунгом Борислейфом, причём в саге Борислейфа лишают жизни варяги по распоряжению Ярислейфа. Некоторые исследователи предположили тогда, что под именем «Борислейф» имеется в виду Борис. Но другие полагают, что под именем Борислейф скрывается польский король Болеслав, которого сага путает с союзником Святополка, что в реальности соответствует действительности. Так что детективный сюжет тысячелетней давности закручен основательно. И сегодня никто убедительно не доказал – кто же убил двух венценосных братьев [3].

Главное, что отмечали творцы легенды об убиенных братьях, что оба брата отличались милосердием и сердечной добротой, подражая примеру своего отца, святого равноапостольного великого князя Владимира,

милостивого и отзывчивого к бедным и больным [6]. Откуда всё это известно – не ясно. Просто церковь лепит образ святого, а уж он обязательно должен быть милосердным и кротким, добрым к обездоленным. Ведь Борис не стал скрываться и, подобно мученикам первых веков христианства, как и сам Христос, с готовностью встретил смерть. Убийцы настигли его, когда он молился за утреней в воскресный день 24 июля 1015 г. в своем шатре на берегу реки Альты. Образ прямо канонический, библейский, возможно не имеющий ничего общего с реальностью [10].

Литература

1. Борис и Глеб // Православная энциклопедия. Том VI. М., 2003.
2. Горский А.А. «Всего еси исполнена земля Русская...» Личности и ментальность русского средневековья: Очерки.
3. Данилевский И.Н. Ярослав, Святополк и летописец // Древняя Русь глазами современников и потомков (IX-XII вв.). М.: Аспект-Пресс, 1999.
4. Его же.: Раздвоение убийства Бориса и история Борисоглебского цикла // Древняя Русь. М., 2005.
5. Ипатьевская летопись, год 6625 (1117).
6. Милютенко Н.И. Святые князья-мученики Борис и Глеб. СПб., 2006.
7. Михеев С.М. Рассказ о Святополке и Ярославе и легенда о Борисе и Глебе: «Древнейший свод» и свод 70-х годов XI в // Древняя Русь. М., 2008.
8. Никитин А.Л. Святополк и легенда о Борисе и Глебе. Основания русской истории. Мифологемы и факты.
9. Соловьёв С.М. История России с древнейших времён Т. III-IV // Сочинения. М., 1988.
10. Федотов Г.П. Борис и Глеб. Святые Древней Руси. М.: Московский рабочий, 1991.

В.В. Крейс

*канд. ист. наук, проф.
(ГУУ, г. Москва)*

К ВОПРОСУ О ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ В ПЕРИОД ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ: РОЛЬ И МЕСТО ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ ВНЕКОНСТИТУЦИОННЫХ ОРГАНОВ С ОСОБЫМИ ПОЛНОМОЧИЯМИ

Особое место в истории России занимает Великая Отечественная война советского народа. 1418 героических и трагических дней и ночей Советскому Союзу довелось вести тяжелейшую борьбу с захватчиками, прежде чем Красная Армия разгромила сильного и коварного врага. В гигантском военном противоборстве на советско-германском фронте (6 тыс. км) победу одержали советская социалистическая экономика и советский общественный строй. Один из главных источников государственно-политической мощи Советского Союза – высокая степень централизма и организованности системы управления, созданной в предвоенные годы. Максимальная централизация всех ветвей власти позволила руководству Советского государства направить основные ресурсы страны на решающие участки войны, добиться реального претворения в жизнь призыва «Все для фронта, все для победы!».

В первые дни войны в связи с нависшей над страной смертельной опасностью ЦК ВКП(б) и Советское правительство оперативно разработали программу тотальной мобилизации сил и средств на борьбу с врагом, изложенную в директиве от 29 июня 1941 г. Была поставлена задача: превратить страну в единый военный лагерь, подчинив все силы и средства интересам войны, перестроить работу советского тыла, перевести всё народное хозяйство на военные рельсы, укрепить Вооруженные силы, развить партизанское движение на захваченной врагом территории, перестроить всю воспитательную работу. В СССР создается гибкая, но сложная система государственного управления, устанавливается вертикальная структура военной централизации. На основе специальных чрезвычайных внеконституционных органов с особыми полномочиями создается централизованная система государственного руководства фронтом и тылом.

30 июня 1941 г. совместным постановлением Президиума Верховного Совета СССР, ЦК ВКП(б) и Совнаркома СССР был создан Государственный комитет обороны (ГКО) во главе с И.В. Сталиным – высший государственный орган СССР в годы войны. ГКО как чрезвычайный орган наделялся широкими законодательными, исполнительными и распорядительными функциями. Обладая всей полнотой власти в стране, он объединял и военное руководство. Через наркоматы ГКО руководил работой государственных учреждений и ведомств, а через Ставку Верховного Главнокомандования осуществлял руководство вооруженной борьбой с захватчиками. За 1626 дней своего существования он принял 9971 постановление и распоряжение. Около двух третей из них в той или иной степени относились к вопросам экономики и организации военного производства. Постановления ГКО имели силу законов военного времени. В республиках, краях и областях, а также в военных, промышленных наркоматах были учреждены должности уполномоченных ГКО. В прифронтовых местностях его постановлением от 22 октября 1941 г. создавались областные и городские комитеты обороны, которые объединяли всю власть в регионе. Они руководили созданием народного ополчения, строительством оборонных сооружений, ремонтом боевой техники, вели общественно-воспитательную работу, налаживали мирную жизнь в освобожденных от оккупантов районах. По необходимости при ГКО создавались и действовали постоянные или временные советы, комитеты, комиссии, бюро, которые после выполнения конкретных задач распускались. Так, 24 июня 1941 г. постановлением СНК СССР и ЦК ВКП(б) был образован Совет по эвакуации, создано Совинформбюро. 28 июля 1941 г. постановлением ГКО была реорганизована вся система Тыла Красной Армии, созданы новые органы управления им. Начальник Тыла Красной Армии подчинялся непосредственно Верховному Главнокомандующему. В конце 1941 г. – начале 1942 г. при каждом члене ГКО были созданы рабочие группы из квалифицированных специалистов, руководителей отраслей, представителей НКО и Госплана.

Для руководства военными действиями на следующий день после начала Великой Отечественной войны постановлением СНК и ЦК ВКП(б) была создана Ставка Главного Командования – высший орган стратегического руководства вооруженной борьбой. 10 июля она была преобразована в Ставку Верховного Командования, и её возглавил Сталин. 8 августа он был назначен Верховным Главнокомандующим Вооруженными силами СССР, сконцентрировав в своих руках фактически все рычаги власти, и Ставка была преобразована в Ставку Верховного Главнокомандования. Ставка ВГК осуществляла стратегическое руководство Красной Армией, ВМФ,

пограничными и внутренними войсками, партизанскими силами. Она занималась широким кругом военно-стратегических вопросов: оценкой военно-политической и стратегической обстановки; определением стратегических задач Вооруженных сил; принятием решений по подготовке и проведению военных кампаний и стратегических операций; созданием стратегических группировок войск и резервов; организацией взаимодействия между оперативными объединениями различных видов Вооруженных сил и партизанами; согласованием усилий советских войск и армий союзных государств; материально-техническим обеспечением войск; обобщением опыта боевой деятельности Вооруженных сил и другими важными проблемами вооруженной борьбы. Принятые решения в зависимости от их содержания оформлялись в виде директив Ставки ВГК, приказов народного комиссара обороны. Рабочими органами Ставки ВГК стали Генеральный штаб и управления Наркоматов обороны и ВМФ. Начальник Генерального штаба стал объединять деятельность всех управлений Наркомата обороны, а также Наркомата ВМФ. В июле 1941 г. между Ставкой и фронтами создается промежуточная командная инстанция – Главные командования стратегических направлений: Северо-Западного; Западного; Юго-Западного.

Промежуточным звеном стратегического руководства являлся институт представителей Ставки ВГК. Он возник в первые дни войны, когда на наиболее ответственные участки фронта направлялись члены Ставки, а также наиболее подготовленные военачальники для решения крупных задач по организации отпора врагу. Окончательно этот институт утвердился как составное звено стратегического руководства в период Сталинградской битвы.

По решению ЦК ВКП(б) расширялись полномочия политорганов Вооруженных сил. Одновременно с введением института военных комиссаров (июль 1941 г.) органы политической пропаганды были реорганизованы в политические органы – Главное политическое управление Рабоче-Крестьянской Красной Армии (ГлавПУ РККА) и Главное политическое управление Военно-Морского Флота (ГлавПУ ВМФ). Это способствовало активизации деятельности политорганов по обеспечению выполнения приказов и директив Ставки ВГК, повышению их роли в решении боевых задач, улучшению руководства партийными и комсомольскими организациями.

Крайне неблагоприятное для Красной Армии начало войны чрезвычайно осложнило задачу организации и комплектования войск. Важнейшей задачей было проведение мобилизации в стране. С 22 июня по 1 декабря 1941 г. действующая армия пополнилась 291 дивизией и 94 бригадами. Уже к 1 июля 1941 г. было мобилизовано 5,3 млн. человек. Большое значение в подготовке резервов действующей армии имело постановление ГКО от 17 сентября 1941 г. «О всеобщем обязательном обучении военному делу граждан СССР», в соответствии с которым было организовано всеобщее военное обучение по 110-часовой программе. Из добровольцев, особенно при обороне Москвы и Ленинграда, формировались соединения и части народного ополчения, истребительные батальоны. В них входило около 2 млн человек. Активными участниками борьбы с захватчиками стали сотрудники и студенты МИЭИ (ныне – Государственный университет управления). Его преподаватели и сотрудники, студенты и аспиранты героически сражались на фронтах, в том числе в соединениях и частях народного ополчения, истребительных батальонах, мужественно работали в тылу, куда направляли партия и ГКО.

Предметом особой заботы стратегического руководства войной была подготовка военных кадров. Через войну в рядах советских Вооруженных сил прошло около 30 млн человек, всего в 1941-1945 гг. против Германии и её

союзников действовало 39 фронтов, было сформировано 70 общевойсковых, 5 ударных, 11 гвардейских и одна Отдельная Приморская армии. До сих пор отсутствуют точные данные о потерях в живой силе и технике. В новейшей историографии приводятся следующие цифры: свыше 27 млн погибших, в том числе 11,3 млн – потери в действующей армии. За годы войны погибло, умерло от ран, пропало без вести более 1 млн человек командного состава.

В первом периоде войны широко развернулась всенародная борьба в тылу врага. Уже в 1942 г. стало массовым и организованным партизанское движение. 30 мая 1942 г. состоялось решение ГКО о создании единого центра руководства партизанскими действиями. Был создан Центральный штаб партизанского движения (ЦШПД) при Ставке Верховного Главнокомандования, существовавший до января 1944 г. Партизанское движение стало всенародным. Во вражеском тылу активно действовали также партийное подполье и создаваемые под его руководством боевые патриотические, антифашистские, комсомольско-молодежные подпольные организации и группы в городах и других населенных пунктах. Общее количество партизан вместе с их организованными резервами составляло более 2,8 млн. человек; их поддерживала 220-тысячная армия подпольщиков, миллионы людей активно участвовали в военном, политическом и экономическом саботаже мероприятий оккупационных властей. Партизаны совершили более 20 тыс. крушений эшелонов, подорвали 120 бронепоездов, вывели из строя почти 17 тыс. паровозов и 171 тыс. вагонов, взорвали 12 тыс. мостов на железных и шоссейных дорогах, уничтожили или захватили свыше 65 тыс. автомашин. За героизм и мужество, проявленные в годы суровых испытаний, более 300 тыс. патриотов награждены орденами и медалями, 249 – присвоено звание Героя Советского Союза.

Страна напрягала все силы для обороны, народ встал на борьбу с агрессором, ВКП(б) стала «воюющей партией», организовав всю жизнь советского общества на достижение победы в войне, обеспечив эффективность государственной политики. ВКП(б) – правящая и единственная партия в стране являлась основой политической системы в СССР. В ней в начале войны состояло 3,8 млн. коммунистов. Реально руководство партией, а через неё – страной, было сосредоточено в высших исполнительных органах ЦК – Политбюро, Оргбюро и Секретариате. На фронт ушло 40% довоенного состава территориальных партийных организаций. Авторитет партии в военное время неизмеримо вырос.

В годы Великой Отечественной войны существенно возросла роль органов исполнительной и распорядительной власти, охватывавших своим влиянием все сферы жизнедеятельности страны. Высшим её органом являлся Совет Народных Комиссаров (СНК) СССР, возглавляемый Сталиным с 6 мая 1941 г. на протяжении всей войны. Не прекращалась деятельность Госплана СССР, Госснаба СССР, других государственных органов власти и управления. 1 июля 1941 г. было принято Постановление СНК СССР «О расширении прав народных комиссаров СССР в условиях военного времени». При ГКО было образовано бюро по контролю за работой хозяйственных наркоматов.

На протяжении всей войны согласно действовавшей Конституции СССР высшим законодательным органом оставался Верховный Совет СССР. Созыв его сессий не был регулярным (лишь трижды – в 1942, 1944 и 1945 гг.), а состоявшиеся обсуждали далеко не важнейшие вопросы. Между сессиями Верховного Совета СССР законодательные функции осуществлял Президиум, бессменным председателем которого был «всесоюзный староста» М.И. Калинин. Президиуму Верховного Совета в основном представлялись те

решения и документы, которые требовали оформления их в виде указов. Президиумы Верховного Совета СССР и Верховного Совета РСФСР, а также других республик осуществляли общее руководство местными советами, в деятельности которых в годы войны проявились потенциальные возможности, заложенные в их природе изначально.

Интересам фронта и тыла была подчинена работа центральных органов управления социально-культурным строительством, центральных административно-политических органов, органов юстиции, суда, прокуратуры и, конечно же, центральных и местных профсоюзных, творческих, комсомольских и иных общественных органов и организаций, которые совместно с государственными учреждениями проводили в жизнь единую политику.

Несмотря на допущенные ошибки, просчеты как накануне, так и в ходе войны в целом государственно-партийная власть была достаточно авторитетной среди народа, пользовалась его широкой поддержкой, являлась важной организующей силой. Создание чрезвычайных органов власти в центре и на местах, полное слияние партийного и государственного руководства, эффективное их функционирование в экстремальных условиях войны в значительной степени повысило роль и значение сложившейся в СССР командно-административной политической системы.

В годы войны созданные чрезвычайные органы управления страной в центре и на местах осуществили полную и абсолютную централизацию власти, слияние партийного и государственного руководства. Советское государство, партия и другие общественные организации совместными усилиями обеспечили концентрацию средств для нужд фронта и мобилизацию масс на борьбу за достижение победы.

Сплочению народа способствовала социальная и национальная политика государства, в целом отвечавшая требованиям той тяжелой ситуации, в которой оказалось советское общество в годы войны. С первого и до последнего дня войны фронт и тыл, имевший крайне ограниченные ресурсы социальной политики государства, представляли собой единый боевой лагерь.

В предельно сжатые сроки совершилось превращение советской страны в единый военный лагерь, отвечавшее насущным интересам всего нашего народа. Были созданы необходимые в военное время чрезвычайные органы руководства страной, её военной организацией и военными действиями. Вся система государственного, военно-политического и хозяйственного управления Советского Союза функционировала как единый слаженный боевой механизм.

В целом, изменения системы государственного и военного управления в годы войны были адекватны тем условиям. Государственное управление в условиях военного времени приобрело экстремальность, чрезвычайность и другие черты. Произошла милитаризация конституционных органов государственного управления. Была создана целая система чрезвычайных внеконституционных органов с особыми полномочиями, функционирующих на чрезвычайной нормативно-правовой основе. Эффективность работы государственного управления во многом объяснялась максимальной централизацией системы власти и управления, позволившей достичь чрезвычайных целей чрезвычайными средствами.

Р.А. Михалева
ассистент
(ГУУ, г. Москва)

ОТРАЖЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ВЗГЛЯДОВ ХУДОЖНИКОВ МОСКВЫ В ИХ ТВОРЧЕСТВЕ В НАЧАЛЕ XX ВЕКА

Изобразительное искусство рубежа XIX – XX веков, как и литература, с большой яркостью и разносторонностью отразило эпоху того времени. В нем воплощались все чувства людей того времени, видевших социальные противоречия и конфликты, социальную несправедливость, отражалась вера в народ. С момента появления передвижников, художники Москвы, впрочем как и всей России, отказавшись от пустого академизма, стали изображать реальную жизнь, в первую очередь – представителей народа, передовой интеллигенции, рабочего класса (В.А. Серов «Баба в телеге» 1896, «Баба с лошастью» 1898; Л.О. Пастернак «Косари» 1901; А.Е. Архипов «Прачки» кон. 1890-х и др.) В этих образах ярко проявилась социально-политическая направленность творчества московской художественной интеллигенции. Она отражала общественные взгляды и революционные настроения, набиравшие силы накануне Первой русской революции.

Перед художниками вставала русская действительность, полная противоречий. Основной жизненный вопрос того времени – борьба с самодержавием – оказывались в центре внимания художников. Острота социальных противоречий делала вопросы общественной жизни проблемами художественного творчества даже для художников, сознательно не ставивших перед собой прямых политических задач. Они связывали свою деятельность с интересами народа. Большое влияние на творчество мастеров оказывало то обстоятельство, что в России на рубеже веков огромной силой было народное движение, что народ и интеллигенция стали выступать против царизма.

Московское училище живописи, ваяния и зодчества (МУЖВЗ) играло не последнюю роль в формировании общественно-политических взглядов художественной общественности Москвы. Не случаен и знаменателен факт широкого развития революционных настроений в среде учащихся. Руководящая роль и авторитет таких педагогов, как В.А. Серов, Н.А. Касаткин, С.В. Иванов, А.М. Васнецов, способствовали пробуждению и направленности революционных стремлений демократически настроенной художественной молодежи [4]. Среди учащихся МУЖВЗ имели место различные революционные проявления, которые часто приводили к арестам по политическим мотивам. Это видно из дел Московского художественного общества, содержащих «секретную переписку с разными ведомствами». Так, например, отношением от 12 февраля 1902 г. московский обер-полицеймейстер извещает директора Училища об аресте четырех учащихся «за нежелание подчиняться действиям полиции», причем указано, что один из них Иван Зайцев, «будучи уже доставлен под конвоем в манеж, позволил себе разные демонстративные выходы по адресу администрации, вел себя крайне вызывающе и дерзко и при проходе мимо него партии арестованных участников беспорядков каждый раз выражал свое одобрение криками и аплодисментами». В ходатайстве о сокращении срока заключенным учащимся директору Училища было отказано. В марте того же года был арестован и осужден на шестимесячное заключение ученик В. Корде и т.д. [1]. Это говорит о том, что на

рубеже веков среди художественной интеллигенции преобладали революционные настроения. В начале 1900-х гг. студенческое движение под влиянием революционной борьбы рабочего класса приобрело антиправительственную окраску. Всё это не могло не отразиться на творчестве тех или иных художников.

С.В. Иванов с самого начала связал свои искания с социальными мотивами. Жанр этого художника немногословен и слит с пейзажем. Его картины полны скорби, горечи и сочувствия. Он показывал страдания народа, но не обличал носителей зла. Он продолжал тему революционного движения, типичную для многих – И.Е. Репина, В.Е. Маковского. Но, если у предшественников выражена эта тема более мягко, то С.В. Иванов показывает сам момент расправы над народом, над революционерами. А когда он переходит к историческим сюжетам, его продолжают волновать «вечные» российские проблемы – темнота народа, его преклонение перед царской властью, российский бюрократизм, возведенные в принцип государственной жизни («У острога» 1885 г., «В дороге. Смерть переселенца» 1889 г.) [3]. Ему были одинаково близки интересы рабочего класса и крестьянства, которые составляли основную массу революционеров. В своих рисунках и эскизах художник запечатлел арестованных революционеров, бунтующих крестьян и фабричных рабочих, арестантов, ночующих в помещении для пересыльных. Известный русский журналист и писатель того времени В.А. Гиляровский называл С.В. Иванова «певцом» униженных и оскорбленных: «В его картинах, этюдах видно только одно – так жить нельзя!» Постепенно в его творчестве зрела тема расправы над народом. Высшая точка этой темы – картина «Расстрел», написанная в 1905 г. под впечатлением событий Кровавого воскресенья 9 января.

Выдающийся русский живописец В.А. Серов также в 1905 г. написал работу «Солдатушки, бравы ребятушки! Где же ваша слава?», в которой дал картину столкновения солдат с восставшими рабочими. Расстрел рабочей демонстрации. В Петербурге побудил художника отказаться писать портреты царствующих особ. Хотя именно ему принадлежит пожалуй лучший живописный портрет Николая II, написанный ранее. Н.А. Касаткин выбирал сюжетами события революции, долгое время разрабатывал тему шахтерской жизни, одним из первых посвятил свое искусство пролетариату: «Рабочий боевик», «Лихая ткачиха» и др., а Л.В. Попов – крестьянству. В.Е. Маковский умел воплощать в живописи социальные контрасты, был подготовлен к тематике революции такими композициями, как «Ходынка» 1901 г., «Заключенный узник» 1882 г., «Допрос революционера» 1904 г., «9 января» 1905 г. [2].

Но многие живописные мастера не только стояли у мольберта. Они принимали активное участие в революционных событиях. С.В. Иванов участвовал в Декабрьском вооруженном восстании в Москве как член боевой дружины. Восстанию он посвятил ряд работ, наиболее крупная из которых «У стенки. Эпизод 1905 года», изображающая расстрел участников вооруженного восстания в Москве. С.В. Иванова называют летописцем революции 1905 г. В.Е. Маковский также участвовал в восстании в Петербурге.

Являясь неравнодушными свидетелями исторических перемен, русские передовые художники чутко воспринимали и воспроизводили в своем искусстве прогрессивные и важные явления своего времени, талантливо и правдиво отражали их в своих работах. Они оставили потомкам ценнейшие, практически документальные свидетельства эпохи.

Литература

1. Дмитриева Н.М. Училище живописи, ваяния и зодчества. М.-Л., 1950. 254 с.
2. Лейкина-Свирская В.Р. Русская интеллигенция в 1900-1917 гг. М.: Мысль, 1981. 285 с.
3. Сарабьянов Д. В. История русского искусства конца XIX – начала XX в. СПб.: «Галарт», 2001. 295 с.
4. Ушаков А.В. Демократическая интеллигенция периода трех революций в России. М.: Просвещение, 1985. 164 с.

Ю.П. Надехина
канд. ист. наук, доц.
(ГУУ, г. Москва)

ПЕРИОДИЧЕСКАЯ ПЕЧАТЬ В ЖИЗНИ МОСКОВСКИХ РАБОЧИХ РУБЕЖА XIX – XX ВВ.

С момента зарождения отечественной промышленности, Москва была и остается крупным индустриальным центром. Для современной столицы характерно развитие отраслей промышленности, удовлетворяющих материальные и духовные потребности нашего общества. Такое же положение прослеживается и на рубеже XIX – XX вв.

С 1890-х гг. в России наблюдался бурный промышленный подъем. Именно в этот период вместе с индустриальным развитием происходило окончательное формирование рабочего класса. Только за 10 лет, с 1890 по 1900 год, количество рабочих крупных предприятий возросло почти вдвое (с 1,5 млн. до 2, 81 млн. человек), а в начале XX века насчитывалось более 16 млн. рабочих разных категорий [2]. При этом условия жизни рабочих были крайне тяжелыми. Они проживали в фабрично-заводских казармах, иногда имея в своем распоряжении только нары, чтобы переночевать. Рабочие были бесправны. Даже после окончания тяжелой трудовой смены им не разрешалось отлучаться из казарм и принимать там родственников.

Рабочие могли проводить на предприятиях до 14 часов в день, получая при этом мизерную плату. Согласно статистическому очерку, опубликованному в 1900 г., дневной заработок рабочего московской ситценабивной мануфактуры товарищества Эм. Циндель составлял от 20 коп. до 5 р. 30 коп. При этом подавляющая часть рабочих этой фабрики, около 90%, получали в день от 30 коп. до 1 руб. [3; с. 183]. Стоит отметить, что даже эти деньги рабочие получали не всегда полностью. Заработная плата очень сильно снижалась различными штрафами. Штрафовали за опоздание на работу, курение на рабочем месте и даже за чтение газет и журналов! На полученные деньги рабочие должны были обеспечить себя и, как правило, семью.

В конце XIX – начале XX вв. рабочие активно посещали библиотеки и музеи, покупали книги и периодические издания. Все это также требовало расходов. Для примера, один номер ежедневной московской газеты «Русское слово» стоил 3 коп. Конечно же, рабочие находились в очень стесненных обстоятельствах, а потому неудивительно, что подобные условия существования вызывали среди них недовольство.

С конца XIX века в России начинается рост рабочего движения. Его можно разделить на два этапа. В 1895-1900 гг. рабочие вели экономическую борьбу, т.е. выступали за улучшение условий труда: снижение продолжительности рабочего дня, повышение заработной платы, улучшение условий труда и т.д. Рабочие Москвы очень активно отстаивали свои права, устраивая забастовки и стачки. Ярким примером может служить забастовка 600 рабочих Прохоровской Трехгорной мануфактуры в ответ на новый закон 1897 г. о продолжительности рабочего дня. Дело в том, что согласно этому закону рабочий день был сокращен до 11,5 часов, но при этом уменьшалось количество праздничных дней и вводились сверхурочные работы.

В 1901-1904 гг. рабочие начинают вести политическую борьбу. Все чаще вместе с экономическими лозунгами: «Да здравствует 8-часовой рабочий день!» и др. звучат политические призывы: «Долой самодержавие!», «Да здравствует политическая свобода!». В этот период стачками и забастовками были охвачены многие промышленные районы: Москва, Донбасс, Петербург, Урал и др.

На рубеже XIX-XX вв. параллельно с ростом промышленности шло быстрое развитие отечественной периодической печати. Благодаря техническому прогрессу, издание газет и журналов упрощается, а издательское дело становится доходным бизнесом. Периодика изменяется не только количественно, но и качественно. Появляются новые виды и жанры, расширяется тематика изданий. Одновременно с этими процессами увеличивается и читательская аудитория. Именно в этот период газеты и журналы повсеместно входят в жизнь рабочих, в том числе на московских предприятиях.

Читательские предпочтения рабочих были весьма разнообразны. Особо распространены были московские газеты «Русское слово», «Курьер», «Новости дня», «Русские ведомости», «Московский листок»; московские журналы «Будильник», «Вокруг света», «Народное благо», «Русская мысль»; а также петербургские журналы «Нива» и «Русское богатство». Очевидно, что рабочих интересовала не только развлекательная, бульварная пресса, но и качественные газеты и журналы. На их выбор влияли различные факторы, главными из которых были содержание и цена.

Согласно вышеупомянутому очерку, 324 рабочих из 1900 человек мужского пола (женщины не вошли в исследование) читали периодические издания [3; с. 183]. По наблюдению автора, это число напрямую зависело от уровня грамотности рабочих. Стоит отметить, что этот показатель был достаточно высоким. По данным Всероссийской переписи населения 1897 г. грамотных среди рабочих-мужчин было 47,2%, а среди женщин – 25,8%.

По-разному московские рабочие рубежа XIX – XX вв. приобщались к чтению периодики. В тот период в рабочей среде было принято выписывать газеты и журналы сообща, образуя кружки. Некоторые рабочие могли позволить себе покупать периодику в розницу, причем делали это регулярно. На распространение газет также влияло курение табака. В упомянутом выше очерке, автор пишет, что «44 человека читают газеты, покупая их на папиросы» [3; с. 179]. Этот факт также упоминал в своей книге В.А. Гиляровский, рассказывая о бульварной газете «Московский листок» [1; с. 78].

Если говорить о причинах, препятствующих распространению прессы среди рабочих, то, помимо отсутствия грамотности и средств на приобретение газет и журналов, стоит отметить усталость после продолжительного рабочего дня, а также бытовые трудности. По наблюдению П. Шестакова: «Не скрывали рабочие и простой лени, непривычки к чтению... в этом случае те прямо

говорили: «Не охота», «лень одолела», «не любитель», «интересу нет» и т.п.» [3; с. 180].

Подводя итоги, стоит отметить, что на рубеже XIX – XX вв. периодическая печать прочно вошла в жизнь московских рабочих. В этот период рабочие активно борются за свои права, и пресса играла в этих процессах немаловажную роль. Безусловно, в отечественных газетах и журналах конца XIX – начала XX вв. редко открыто высказывались политические убеждения авторов и редакторов. Но, покупая газету, даже на курево, рабочий прочитывал номер полностью, тем самым узнавал последние новости, а, значит, приобщался к общественно-политической жизни страны. Когда же рабочие покупали газету или журнал вскладчину, устраивая «громкие чтения», они обсуждали услышанное, учились мыслить и анализировать. На данном этапе, это были немаловажные умения, приобщающие рабочих к борьбе за свои права.

Литература

1. Гиляровский В.А. Москва газетная // Гиляровский В.А. Сочинения. М., 1994. Т. 2.
2. Рабочий класс России от зарождения до начала XX в. М., 1989.
3. Шестаков П. Материалы для характеристики фабричных рабочих // Русская мысль. 1900. № 1.

А.А. Ормонова
(ГУУ, г. Москва)

ИСЛАМИЗАЦИЯ ИЛИ ПОЛИТИЧЕСКАЯ БОРЬБА В СОВРЕМЕННОМ КЫРГЫЗСТАНЕ?

Посольство Великобритании в Кыргызстане сообщило, что в октябре растет угроза терактов, возможны похищения людей и захват в качестве заложников представителей властей Кыргызстана и иностранных дипломатов [1]. Глава Центральноазиатского института стратегических исследований Гусарова А. считает, что активизация террористов в соседней стране объясняется предстоящим референдумом, а также общим трендом радикализации криминалитета в регионе. По ее мнению, ситуация с террористической активностью в Кыргызстане связана, как минимум, с двумя факторами.

Во-первых, внутренний. Не стоит исключать политическую активность страны, в частности, предстоящий референдум и, как следствие, активно обсуждаемые обществом поправки к Конституции в связи с этим. Во-вторых, на уровень террористической угрозы в стране влияет внешний фактор. Речь, по словам Гусаровой А., прежде всего, идет об активизации деятельности криминальных и радикальных ячеек в стране и во всей Центральной Азии, включая Афганистан. Не секрет, что в последнее время мы все чаще говорим о центральноазиатах, вовлеченных в деятельность различных террористических группировок, включая ИГИЛ, ИДУ (Исламское движение Узбекистана), Аль-Каиду, ИДВТ (Исламское движение Восточного Туркестана) и пр. Очевидное ухудшение ситуации в области безопасности напрямую связано с общерегиональными и мировыми трендами радикализации общества и, как

следствие, усилением государственных мер по борьбе с терроризмом. Как оказалось, превентивные меры – это самое слабое звено во всей системе борьбы с терроризмом, и здесь очень важна слаженная работа профильных ведомств, координация усилий со всеми участниками, включая межгосударственное сотрудничество [2].

Складывающаяся в Кыргызстане религиозная ситуация в значительной мере связана с повышением религиозности людей, особенно с ее субъективными сторонами, так как увеличение количества в целом верующих и последователей ислама, а также нетрадиционных западных христианских религиозных течений привело не только к интенсификации религиозных отношений, но и к изменению культурно-идентификационной структуры общества. Что самое интересное, наряду с увеличением количества последователей нетрадиционного ислама и западных христианских течений произошел рост верующих не только в бога, но и в различные чудеса, в сверхъестественные силы и ненаучные предвидения, что делает перспективы развития религиозных отношений в республике далеко не однозначными.

Вместе с тем, из-за того что отмеченные нетрадиционные религии распространяют свои религиозные знания, учения и догматы среди людей путем скрытого их навязывания, религиозность населения не повышается – не растет количество глубоко верующих, как представляется многим, а происходит просто увеличение лиц, придерживающихся определенных религиозных взглядов на жизнь. Другими словами, распространением религиозных идей определенной ориентации, а не религии как таковой активно создается почва для политизации религии и включения религиозных отношений в политические процессы.

В этом отношении распространение среди верующих внедрившимися в традиционную мусульманскую религиозную организацию представителями радикального ислама чуждых местному населению религиозных норм поведения (обязательное ношение бороды и проведение даавата, открытие в государственных учреждениях намазканы и мн. др.), а не истинных ценностей и религиозных правил традиционного ислама ведет к снижению интереса людей к исламу.

Постепенное снижение интереса жителей страны к исламу происходит не только потому, что многочисленные мусульманские религиозные организации, придерживающиеся значительно отличающихся друг от друга религиозных постулатов, своей скрытой идейной поддержкой религиозных экстремистов сеют в сознании людей мировоззренческий хаос, но и из-за низкой религиозной грамотности как самих граждан, так и религиозных деятелей [3].

Таким образом, анализ субъективных сторон религиозности населения Кыргызстана свидетельствует о том, что по показателям степени религиозности жителей и их вовлеченности в религиозную жизнь, хотя подавляющее большинство граждан исповедует ислам, кыргызстанское общество является светским. Более того, у кыргызстанского общества несравнимо толерантное отношение ко всем религиям и их представителям.

Нельзя допустить того, чтобы стерлась разница между вовлечением людей в религиозную жизнь и в политическую борьбу. Для этого, сообразно современным требованиям и на основе ключевых положений Корана, религиозными лидерами страны должны быть заново сформулированы веками выработанные и полностью соответствующие менталитету и истории государственности кыргызского народа принципы традиционного ислама, которые исключают вмешательство религии в государственные дела и навязывание ее людям.

Литература

1. Вслед за США о возможных терактах в Кыргызстане предупредило Посольство Британии [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://rus.azattyk.org/a/28041921.html> (дата обращения: 10 октября 2016).
2. Референдум и внешний фактор – эксперт из РК о возможности терактов в КР [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://ru.sputnik.kg/opinion/20161010/1029668197/ehkspert-iz-rk-o-vozmozhnosti-teraktov-v-kr.html> (дата обращения: 10 октября 2016).
3. Асанбеков М. Субъективные стороны религиозности населения Кыргызстана [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.paruskg.info/2016/10/12/137255> (дата обращения: 12 октября 2016).

А.А. Романов
канд. ист. наук
(ГУУ, г. Москва)

ИЗ ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ ТЕКСТИЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В КОЛОМЕНСКОМ УЕЗДЕ НА РУБЕЖЕ XIX – XX ВВ.

Во второй половине XIX века легкая промышленность заняла ключевое место в индустриальном развитии Российской империи. В 1887 г. ее вклад в производство страны составил 32,4%. Особенно интенсивно развивался хлопчатобумажный сектор. Накануне освобождения крепостных крестьян в 1861 г., здесь трудилось более половины всех рабочих текстильной отрасли. Они производили почти 70% всех товаров из ткани.

В.П. Безобразов, говоря об уровне развития промышленных отраслей, отмечал: «Первое место по количеству и разнообразию товаров занимает во всем нашем промышленном производстве хлопчатобумажное дело. Оно получило такое громадное у нас развитие, что по количеству потребления хлопка Россия признаётся теперь из всех европейских стран на третьем месте (75 млн. кг ежегодно); она уступает только Англии (593 млн. кг) и Германии (105 млн. кг)»[1].

Учреждение первых бумаго-прядильных фабрик в Московской губернии началось после тарифа 1822 г., запрещавшего привоз в Россию набивных бумажных изделий. При спросе на эти изделия многие фабриканты обратили внимание на их производство. Следствием стало быстрое развитие хлопчатобумажной промышленности» [7].

Предприятия бумаготкацкой отрасли находились в Москве и уездах: Московском, Рузском, Дмитровском, Клинском, Коломенском, Бронницком, Богородском, Волоколамском, Серпуховском.

Упоминание о первом полотняном заведении в Коломенском уезде относится к селению Клишино, где крестьяне работали на парусно-полотняной мануфактуре Хвасливого, основанной в 1743 г. В 1836 г. здесь выпускали миткаль (250 тыс. аршин) и бумажные платки (42 тыс. штук). В 1860 г. мануфактура превратилась в капиталистическую фабрику, где работало 160 человек и изготовлялось 1750 кусков миткаля на 35 тыс. руб.

В конце XVIII – начале XIX вв. мануфактуры появились в деревнях Бояркине, Большом Уварове, Болотове, Горах, Каменке, Белых Колодезях, во второй половине XIX в. – в Сосновке, Сенницах, Климове, Фроловском.

Начиная с 1796 г. в Белых Колодезях действовало несколько мануфактур Мосоловых, на которых в середине XIX в. было занято 200 человек. Мануфактуры были оснащены 75 ручными и 75 жаккардовыми станами и выпускали полушерстяные, полунешелковые и бумажные скатерти, салфетки и хлопчато-бумажные одеяла. Примеру Мосоловых подражали и другие предприниматели, во второй половине XIX в. в Белых Колодезях насчитывалось уже 30 фабрик, из которых крупными были 5. Но пожар в 1879 г. практически все эти предприятия уничтожил.

Во второй четверти XIX в. бумаготкацкие мануфактуры открываются и в деревне Озерки Горской волости. Низкая цена рабочей силы, бесплатно доставшаяся фабрикантам от крестьянского общества земля, близость Оки – удобной магистрали для доставки нефти из Прикаспия и дров с притоков Оки, предприимчивость и деловая хватка некоторых крестьян, впоследствии ставших крупными фабрикантами – причины их появления в таком относительно отдалённом от Москвы месте.

В начале XX в. бумаготкацкую отрасль Коломенского уезда представляли 7 предприятий, из которых ведущую роль играли находящиеся в селе Озёры, Горской волости: Товарищество мануфактуры И. и М. Моргуновых, фабрика торгового дома братьев М. и И. Щербаковых, фабрика купца Моргунова С.П.

В 1832 г. в восточной части деревни Озерки на 20 десятинах земли были построены 2 мануфактуры Моргуновых, а в 1834 г. в западной части деревни на площади в 46 десятин создал мануфактуру К.С. Щербаков. Эти предприятия выпускали ситец и миткаль. За 10 лет они расширились, число рабочих каждой из мануфактур составляло около 200 человек, станков – от 120 до 150. Годовой объём производства у Щербакова составлял 15 750 руб. серебром [2].

Почти в одно время с появлением мануфактур в Озёрах купец Г.И. Карякин организовал бумаготкацкое предприятие в деревне Малое Редькино, а позже отделочное заведение в деревне Маслово.

Во XIX в. в текстильной промышленности начинается промышленный переворот. На мануфактурах ручные станы заменяются механическими (самоткацкими) станками, устанавливаются паровые машины. Особенно активно этот процесс проходил после реформы 1861 г.

Постепенно мануфактуры Моргуновых и Щербаковых превращались в крупные фабрики, сохраняя старые названия – товарищества мануфактур или торговых домов.

Особый интерес представляют фабрики товарищества мануфактур Ф. Щербакова сыновей. Купец I гильдии Ф. К. Щербаков большое внимание уделял расширению производства. В 1856 г. к ручной бумаготкацкой фабрике добавилась отделочная, в 1867 г. ввели в строй 664 механических станка, в 1870 г. предприятие с конной тяги перешло на паровые машины. Были построены кирпичные здания красильной, отбельной и отделочной мастерских, в 1880 г. появились склады и казарма для рабочих («Хива»). В 1881 г. было пущено прядильное отделение, расположенное в трёхэтажных кирпичных зданиях.

В сентябре 1883 г. фабрики Щербакова были осмотрены санитарной инспекцией, оставившей их описание: «Старых зданий со времени основания фабрики не осталось теперь ни одного. Все здания, исключая больницы, дома для директора и нескольких сараев кирпичные, крытые железом; только несколько старых зданий, именно ткацкие и отчасти жилые, отчасти занятые мастерскими здания побелены, все же остальные просто кирпичные не оштукатуренные и не крашеные, но вообще все имеют довольно приличный вид. Двор фабрики не мощен, но содержится чисто. Хлопок потребляется

американский с небольшою примесью бухарского. /.../ Кроме главного производства при фабрике имеются завод для добывания светильного газа, производство ремизов и берд и обычные мастерские: слесарное, кузнечное и проч. /.../ Все машины приводятся в движение паром, 8-ю паровыми машинами на 190 номинальных и 824 индикаторных сил. Прядильное отделение работает паровую машиной в 100 номин. и 554 индикат. сил. /.../ ...Прядильное отделение фабрики и вспомогательные мастерские находятся в ведении директора англичанина Джона Фроста с помощниками: механиком и мастерами в прядильной, чесальной и трепальной, также англичанами. Остальные отделения заведываются русскими мастерами. Хозяйственная часть всего дела ведется самими тремя братьями владельцами фабрики. /.../ Во время осмотра на фабрике числилось 1130 рабочих и 20 служащих и мастеров. Наибольшее число, до 1500 человек бывает тогда, когда фабрика работает в две смены» [3].

Такое значительное число рабочих свидетельствовало, что в Коломенском уезде быстро формировался рынок дешевой рабочей силы. Под влиянием капитализма крестьянство расслаивалось. Отмена крепостного права не способствовала улучшению экономического положения основной массы крестьян. В Коломенском уезде до реформы крестьяне имели 3,12 десятины земли на каждую мужскую ревизскую душу, после реформы – 2,58 десятины [4]. А.Ф. Яковлев отмечал: «Спрос сельского населения на продукцию промышленности возрастал медленно, что тормозило её развитие. Но реформа, обусловившая образование кадров пролетариата и их пополнение за счёт пролетаризации крестьянства, создала обстановку, при которой промышленность имела предложение дешёвых рабочих рук» [8].

В 1886 г. наследники Ф. К. Щербакова братья Василий, Алексей и Михаил Федоровичи Щербаковы учреждают «Товарищество Ф. Щербакова сыновей» и в 1887 г. открывают новые, переоснащенные бумагопрядильню, ткацкую, красильню, отбельную и аппретурную. Количество рабочих увеличивается до 4 295 человек. В 1887 г. фабрика наследников Ф.К. Щербакова была оснащена 8 паровыми машинами в 184 л. с., была оборудована 1009 ткацкими станами при 27400 веретен и производила 45 тыс. пудов пряжи и 150 тыс. кусков миткаля в год [5]. В 1894 г. мануфактура выпускала 70 тыс. пудов пряжи и 190 тыс. кусков миткаля в год на 1 300 тыс. руб. Трудилось здесь 1 300 рабочих [6]. С 1895 г. начинается электрификация мануфактуры. Первый электрогенератор имел мощность 140 кВт, от него было проведено освещение механической мастерской. К 1908 г. этот генератор заменили другим, мощностью 375 кВт. Были освещены ткацкая и прядильная фабрики. Текстильная промышленность встала на путь механизированного производства.

Развивались и другие озёрские мануфактуры. На фабрике В. Моргунова сыновей, выпускавшей 86 тыс. пудов пряжи на 1 200 тыс. руб., было занято 2186 рабочих. Значительную статью производства составляли белый и цветной коленкор, поэтому Моргуновы имели ещё фабрику в селе Клишино, оснащённую водяными колландрами для отделки коленкора.

Третья – бумаготкацкая и отделочная фабрика Е.И. Моргуновой наследников в 1882-1883 г. выработала 60 тыс. кусков тканей. Эта фабрика использовала пряжу с Раменской и Реутовской мануфактур.

На рубеже XIX-XX вв. текстильная промышленность стала одной из ведущих отраслей Коломенского уезда. Фабрики Щербаковых и Моргуновых, использовавшие труд тысяч рабочих, выпускали продукцию на миллионы рублей и представляли собой преимущественно новые предприятия, большая часть которых была введена в строй в 80-е гг. XIX в. Здесь широко применялась машинная техника. Товарищество мануфактур Ф. Щербакова сыновей

объединяло три отдельных производства с законченным технологическим циклом.

Изделия текстильных предприятий Коломенского уезда пользовались большим спросом и неоднократно получали награды на международных и всероссийских выставках.

Литература

1. Безобразов В.П. Народное хозяйство России. Московская (Центральная) промышленная область. Ч. I. СПб., 1882.
2. Вопросы истории сельского хозяйства, крестьянства и революционного движения в России. М., 1961.
3. Дементьев Е.М. Санитарное исследование фабрик и заводов Коломенского уезда. М., 1885.
4. Доронина А.П. Озёрский район: страницы истории. Озёры, 1977. С. 12.
5. Орлов П.А. Указатель фабрик и заводов Европейской России и царства Польского: материалы для фабрично-заводской статистики. М., 1887. С. 35.
6. Орлов П.А., Будагов С.Г. Указатель фабрик и заводов Европейской России. Материалы для фабрично-заводской статистики. Изд. 3-е. СПб., 1894. С. 42.
7. Статистическое обозрение промышленности Московской губернии, составленное Ст. Тарасовым. М., 1856. С. 24-25.
8. Яковлев А.Ф. Экономические кризисы в России. М., 1955. С. 83.

Е.А. Сидорчук
аспирант
(ГУУ, г. Москва)

ТЫЛ В ОБОРОНЕ СЕВАСТОПОЛЯ В 1941-1942 ГГ.

“Героическая оборона главной базы Черноморского флота продолжалась 250 дней и ночей. Она началась в сентябре 1941 г. и продолжалась до июля 1942 г. Севастопольцы совершили великий ратный подвиг. Они приумножили славу русских солдат и матросов, защищавших Севастополь от иноземного нашествия в 1853-1856 гг. 37 самых храбрых воинов получили звание Героя Советского Союза. В знак признания бессмертной славы и героизма защитников города Президиум Верховного Совета СССР учредил медаль “За оборону Севастополя”, которой награждено более 39 тыс. чел. В историю Великой Отечественной войны Севастополь вошел как город-герой. Оборона города-героя имела важное военно-политическое значение. Сковав надолго крупные силы немецко-румынских войск, защитники Севастополя нарушили планы фашистского командования. Они обескровили 11-ю немецкую армию. Гитлеровцам потребовалось немало времени, чтобы восстановить ее боеспособность” [1].

К настоящему времени создан обширный корпус литературы, посвященной героической обороне Севастополя. Но, к сожалению, есть те моменты в обороне города, которые не отражены в исторической литературе либо описаны достаточно слабо. Одним из них и является действия тыла в

период обороны Севастополя. Это не только действие тыловых подразделений советских войск, но и работа партийной администрации города, которая была направлена как на всестороннюю помощь и поддержку сражающимся войскам, так и работа по поддержанию жизнедеятельности города, осажденным противником.

Оборона Севастополя началась 23 октября 1941г., когда по решению Крымского обкома ВКП(б) в Севастополе был создан чрезвычайный орган власти, - Городской комитет обороны, в который вошли первый секретарь горкома партии Б.А. Борисов (председатель комитета), председатель горисполкома В.П. Ефремов, начальник гарнизона контр-адмирал Г.В. Жуков (вскоре его сменил генерал-майор береговой службы П.А. Моргунов), начальник местной противовоздушной обороны В.И. Кулибаба и начальник городского отдела НКВД К.П. Нефедов. Уже 29 октября 1941 г. в Севастополе было введено осадное положение, а 30 октября первый удар по моторизованной колонне 11-й немецкой армии генерала Манштейна нанесла 54-я береговая батарея Черноморского флота под командованием лейтенанта И.И. Заики.

При рассмотрении деятельности тыла в обороне Севастополя интересны мемуары Б.А. Борисова “Подвиг Севастополя. Воспоминания”, который был первым секретарем горкома партии и председателем городского комитета обороны Севастополя [2]. В своей книге он рассказывает, как севастопольцы участвовали в беспримерной битве, не жалея сил и самой жизни, стойко и мужественно отстаивали родной город, помогали морякам-черноморцам, воинам Приморской армии. Эта поддержка выражалась в первую очередь в том, что на предприятиях города было необходимо наладить выпуск различной военной продукции, в которой остро нуждались советские войска, оборонявшие город. Так, например, со второй половины сентября на некоторых предприятиях Севастополя приступили к освоению производства различной продукции военного назначения, в том числе 50-мм ротных обр. 1938 г. и 82-мм батальонных минометов обр. 1937 г. Это оружие являлось простым в эксплуатации и достаточно эффективным оружием, которое при умелом использовании значительно усиливало огневую мощь стрелковых подразделений. При этом минометы советской конструкции проектировались с учетом массового производства, в том числе и на гражданских предприятиях [3].

Особую роль в обороне Севастополя сыграл Спецкомбинат № 1 и Спецкомбинат № 2, которые располагались в штольнях на Северной стороне города. Их подземное расположение было неслучайным, ведь немецкие войска постоянно подвергали Севастополь обстрелам и авианалетам. Они были образованы путем перевода части предприятий города в эти подземные укрытия. Деятельность этих предприятий продолжалась вплоть до последних дней обороны Севастополя и можно сказать о том, что они работали максимально эффективно, обеспечивая весь спектр военной продукции.

Хотелось бы обратить внимание на деятельность партийно-административных органов Севастополя. Их работа заключалась не только в идеологической поддержке населения и сражающихся войск, но и в широком экономическом движении, которое получило название “движения стахановцев”. Так весьма характерны были выступления рабочих различных предприятий города, которые старались сделать все для победы над врагом: “В грозные дни отечественной войны комсомольцы Р-ского завода обязались работать еще лучше, еще производительней. Среди комсомольцев широко развернулось социалистическое соревнование. Ряд товарищей выполняет 200 процентов, а

некоторые по 300. Не покладая рук работали комсомольцы 2 и даже 3 смены подряд. В течение 5 дней была сделана работа, на которую обычно требовались полмесяца» [4].

Оборона Севастополя завершилась 3 июля 1942 г., когда, несмотря на отчаянное сопротивление защитников города, немецкие войска вступили на территорию города. Можно смело сказать, что оборона Севастополя является героической страницей Великой Отечественной Войны. Ведь советские войска не просто смогли отстоять город на протяжении длительного времени, но и тем самым задержали многотысячную и хорошо подготовленную немецкую группировку под стенами Севастополя, хотя Гитлеру на тот момент очень требовались войска на других участках фронта, особенно на южном и кавказском направлении. Что касается деятельности тыла в обороне Севастополя, то было сделано все, чтобы военная продукция, необходимая сражающимся войска, производилась на месте, в городе. И эта задача более чем удалась, что таким образом позволяет говорить о большой роли деятельности тыла в Обороне Севастополя 1941-1942 гг.

Литература

1. Великая Отечественная война Советского союза 1941-1945. Изд. Второе Военное издательство МО СССР. М., 1970.
2. Борисов Б.А Подвиг Севастополя: Воспоминания. М.: Воениздат, 1957. 390 с.
3. С.В. Рузаев Производство минометного вооружения на предприятиях Севастополя в 1941-1942 гг. Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2014.
4. Красный Крым. Стахановцы Р-ского завода- Севастополь, 16 марта 1942. № 75 (5404).

Д.Ю. Чеботарь
аспирант
(ГУУ, г. Москва)

ОХРАНА МАТЕРИНСТВА И ДЕТСТВА В МССР В 1940-Х ГГ.

В 1940 г. в СССР насчитывалось (в тысячах): врачей акушеров-гинекологов – 41,4; врачей-педиатров – 80,8; фельдшерниц-акушерок – 81,3; акушерок – 216,0; коек для детей в больничных учреждениях – 441,0; женских консультаций, детских консультаций и поликлиник – 21,0; число коек для беременных и рожениц 147,1. В УССР, куда входила и МАССР, последний показатель составлял – 35,0 [1].

Правительство МАССР в исследуемый период времени развернуло активную деятельность по социальному обеспечению и медицинскому обслуживанию женщин и детей. Создавались специальные учреждения профильного типа. Увеличилось число ранее существовавших медицинских учреждений (домов матери и ребенка, больниц, фельдшерско-акушерских пунктов). Проводилась подготовка соответствующего медперсонала. Специфика развития данного направления здравоохранения заключалась в том, что наряду с непосредственно медицинскими, оно выполняло и некоторые важные социальные функции. Тем не менее, недофинансирование системы

здравоохранения со стороны государства, в условиях, когда основные средства направлялись на индустриализацию, а также отсутствие опыта организации социальной инфраструктуры по обеспечению материнства и детства не позволили в исследуемый период полностью решить поставленные задачи.

После ультиматума советского правительства Румынии в конце июня 1940 г. РККА без боёв заняла Бессарабию и в августе 1940 г. решением Верховного Совета СССР была образована Молдавская Советская Социалистическая Республика.

Вопрос о Бессарабии был не только территориальным, но и национальным. Бессарабия являлась ранее российской губернией, поэтому, по мнению правительства СССР, должна была войти в его состав. Кроме того, большинство населения Бессарабии не были ни румынами, ни молдаванами [4]. По мнению ряда ученых-этнографов, сами молдаване желали создания национального молдавского государства, даже если оно будет в составе СССР. В румынской историографической науке, по понятным причинам, события 1940 г. интерпретируются исключительно отрицательно [5]. В румынской националистической историографии тенденция к реалистическому освещению и анализу действительности присутствует лишь очень относительно, зато господствует стремление к отражению событий с «патриотических» позиций. Другими словами, главной задачей многих румынских историков является не выяснение исторической истины, а внедрение в умы ультранационалистической концепции румынизма. Данная констатация относится в первую очередь к историографии именно бессарабского вопроса.

В 1940 г., после присоединения Бессарабии к СССР, Молдавская Автономная Советская Социалистическая Республика (за исключением некоторых районов) совместно с Бессарабией (за исключением нескольких уездов) вошла в созданную Молдавскую ССР, а северные районы МАССР – в состав Одесской области Украинской ССР.

В соответствии с волеизъявлением населения Бессарабии и МАССР о воссоединении молдавского населения этих территорий, Седьмая сессия Верховного Совета СССР 2 августа 1940 г. приняла закон об образовании союзной Молдавской ССР с включением в её состав всей бывшей Молдавской автономной республики и той части Бессарабии, где большинство населения составляли молдаване. При этом территориальные границы в регионе подверглись серьезному пересмотру. Северная Буковина, а также прилегающая к Дунаю и Черному морю южная Бессарабия, где молдаване составляли меньшинство, были переданы Украине. Часть болгарских и гагаузские земли отошли к Молдавии.

В состав Молдавской ССР были включены: город Кишинёв, 6 из 9 уездов Бессарабской губернии (Бельцкий, Бендерский, Кагульский, Кишинёвский, Оргеевский, Сорокский), а также город Тирасполь и 6 из 14 районов бывшей Молдавской АССР (Григориопольский, Дубоссарский, Каменский, Рыбницкий, Слободзейский, Тираспольский). Остальные районы МАССР, а также Аккерманский, Измаильский и Хотинский уезды Бессарабии, населенные преимущественно украинцами, отошли к Украинской ССР.

Позднее, в ноябре 1940 г., граница между МССР и УССР была изменена. Это произошло после того, как по дополнительному соглашению между послом Германии в СССР Шуленбургом и В.М. Молотовым было переселено 110 тыс. немцев с Юга Бессарабии и из Северной Буковины в Германию. Взамен, на освободившихся территориях, были организованы совхозы, куда приглашалось население с Украины. К Украинской ССР отошёл 61 населённый пункт с населением 55 тыс. человек (46 населённых пунктов Бендерского уезда,

1 населённый пункт Кагульского уезда, 14 населённых пунктов бывших районов МАССР). К Молдавской ССР отошли 96 населённых пунктов с населением 203 тыс. чел. (76 населённых пунктов Хотинского уезда, 6 – Измаильского и 14 Аккерманского уездов). Эти изменения мотивировались тем, что в населённых пунктах, переданных Молдавской ССР, преобладало молдавское население, а в переданных Украинской ССР – украинское, болгарское и русское население.

В результате, территория МССР составила 33,7 тыс. км², а население – 2,7 млн чел., из которых 70% составляли молдаване. Столицей республики стал город Кишинёв.

Во вновь созданной республике стали действовать законы СССР, в том числе и в области охраны материнства и младенчества (ОММ).

Охрана материнства и детства в СССР начинается с обслуживания беременной женщины в женской консультации и родильном доме и находит своё продолжение в целой системе детских учреждений: консультаций, детских поликлиник, больниц, яслей, садов и школ. Первым звеном в единой цепи учреждений, осуществляющих охрану материнства и детства, является консультация для беременных женщин – специальное учреждение профилактического характера, отсутствовавшее в Бессарабии ранее в период нахождения в составе Румынского королевства. Так что создавать систему охраны материнства и детства на территории Молдавии пришлось с нулевой отметки. В городах и селах, входящих ранее в состав Молдавской АССР, положение было гораздо лучше, однако далеко не все женщины получали необходимую помощь, из-за недостойного качества специализированных учреждений ОММ.

К 1940 г. в Молдавской АССР функционировали 5 женских и детских консультаций, 3 детские поликлиники и амбулатории, 63 фельдшерско-акушерских пункта, 58 колхозных роддомов. В середине 1941 г. в МССР было уже 7 роддомов, 2 детские больницы со специализированными отделениями, дом ребенка на 60 мест, 17 детских и женских консультаций, 4 молочные кухни, 425 фельдшерско-акушерских пунктов; в детских учреждениях работали 51 врач и 98 медсестер. [3] В этот период особенно отмечается рост числа родильных коек в городах (130) и в сельской местности (376) [2].

Наряду с ростом сети родильных коек улучшилось и качество работы родовспомогательных учреждений, выразившееся в первую очередь в снижении материнской смертности, мертворождаемости и смертности новорожденных. Особое внимание органы охраны материнства и детства уделяли в Молдавской ССР развитию сельского родовспоможения. Были созданы разъездные акушерские пункты, работающие под руководством сельских врачебных участков. Однако усиленная созидательная работа в области ОММ была прервана во время Великой Отечественной войны. Румыния, выступившая сателлитом фашистской Германии, вновь захватила Бессарабию и Приднестровье. Только в августе 1944 г. МССР была освобождена советскими войсками. Уже в 1945 г. разрушенную за годы оккупации систему ОММ начали восстанавливать вновь.

Литература

1. Народное хозяйство СССР. 1922-1982 гг. (Юбилейный статистический ежегодник). М.: Финансы и статистика, 1982. 546 с.
2. Двадцать пять лет советского здравоохранения / под ред. Г.А. Митерёва. М., 1944. С. 138, 139.

3. Зубкова Т.С., Тимошина Н.В. Организация и содержание работы по социальной защите женщин, детей и семьи: учебное пособие. М., 2013. 244 с.

4. Репин В.В. Территориальный спор о Бессарабии во взглядах Советской и Румынской политических элит. Ставрополь: Ставропольский альманах Российского общества и интеллектуальной истории, 2004. 566 с.

5. См.: Constantiniu Fl. Dictatul de la Moscova (26-28 iunie 1940) și relațiile sovieto-germane // Revista istorică. Academia Română. 1992, Nr. 1-2. P. 17; Constantinescu Ș. Eliberarea Basarabiei și Bucovinei de Nord. 33 de zile de vară. // Historia. Revistă de istorie. 2006, Nr. 12. P. 52; Tătărescu Gh. Mărturie pentru istorie. P. 258; Constantin I. România, Marile puteri și problema Basarabiei. P. 89.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ «АКТУАЛЬНАЯ МЕТОДОЛОГИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ»

Мезенцева Т.В. Возможность реализации дуальной подготовки кадров технических направлений в России	3
Степанов А.А., Тетцоева О.А. От качественного отраслевого образования к устойчивому развитию транспортной системы России	6
Сундукова Г.М. Концепция «интеллектуализация управления» как управленческий инновационный инструмент	8

СЕКЦИЯ «АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ»

Варфаловская Р.А. Реиндустриализация России на основе взаимных связей производства, науки и образования	12
Кравчук С.В. Налогообложение иностранных организаций в России в условиях цифровой экономики	14
Меркулов Д.В., Ямщиков Д.В. Новая волна приватизации в России.....	17
Михайлин А.Н. Особенности импортозамещения в России в условиях кризиса	19
Рыжова А.А. Сравнение школ и методик оценки финансового состояния предприятия	21
Сазанова А.А. Управление проектами в российских компаниях.....	24
Сазанова С.Л. Роль новой парадигмы экономической теории в формировании управленческого мышления	26
Толкачев П.С. Россия: в поисках пути экономического развития	28
Хапиков А.А. Альтернативная стратегия интеграции России в мировую экономику.....	29

СЕКЦИЯ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА»

Абдо Л.А. Актуальные проблемы гостиничного бизнеса Москвы	34
Баранова В.В. Проблемы безопасности туристов во время путешествия	36
Жуков В.А. Повышение лояльности клиентов гостиниц на основе использования принципов гостеприимства.....	39
Жукова М.А. Повышение эффективности работы гостиницы на основе бережливого сервиса.....	42
Колобкова В.А. Об особенностях развития принципиально новых видов туризма	44
Мещерякова М.С. Актуальные проблемы на рынке гостиничной индустрии в РФ.....	47
Окутина А.Д., Жукова М.А. Современный этап развития хостелов	49
Чан Ф.М. Туризм АСЕАН в современной тенденции туристского спроса	52
Шиканова Е.А. Предоставление качественного сервиса в российских гостиницах	55
Яндуганова А.В. Обеспечение безопасности туристов в международном туристическом бизнесе.....	57

**СЕКЦИЯ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ
И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

Бутковская Г.В., Аремеско Е.Т. Нативная реклама как инструмент коммуникационной кампании	59
Вакурова Н.В. Русский язык как инструмент PR и рекламы в условиях англоязычной экспансии	62
Вакурова Н.В., Сергеева Т.В., Мерзляков О.А. Анализ восприятия баннерной рекламы в интернете	64
Курасова О.В., Старостин В.С. Особенности восприятия рекламной информации в онлайн-среде	66
Матевосян Г.Г., Старостин В.С. Совместное создание ценности как инструмент разработки продуктов	68
Меньшикова М.В. Портфолио как индикатор сформированности профессиональных компетенций в сфере рекламы и связей с общественностью	71
Рябиков А.А., Ольховников А.В. Критерии оценки эффективности поисковых контекстных рекламных кампаний	73
Тимохович А.Н. Особенности восприятия антитабачной социальной рекламы молодежью в зависимости от ценностных ориентаций....	78

СЕКЦИЯ «ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Гончаров Е.В., Гришин В.Н. Проблемы применения концепции совместного принятия решений в аэропортах России.....	82
Гришин В.Н., Коновалова О.В. Роль бизнес-планирования в процессе привлечения венчурных инвестиций	85
Дегтярёва В.В. Проблемы и перспективы инновационного развития отрасли машиностроения в период санкций и импортозамещения	88
Дуненкова Е.Н. Проблемы системного развития инновационной инфраструктуры	90
Ежова О.С. Проблемы формирования условий инновационного развития сферы пригородных железнодорожных перевозок.....	95
Канке А.А. Проблемы инновационного развития малотоннажной газохимии....	98
Косаткина Т.К. Новые технологии и управление газовым хозяйством Москвы.....	102
Масленников Н.П., Масленникова А.А. Современные способы кредитования промышленных организаций в целях инновационного развития.....	106
Митюрёв Н.Г. Особенности инновационной политики импортозамещения в России	110
Онищенко С.И. Проблемы формирования центров инвестиций в инновационно-активных организациях.....	114
Прохорова И.С., Коноплева Т.О. Подходы к исследованию проблем управления инновациями с точки зрения институциональной экономики	118
Смирнова Н.В. Разновидности форм организации инновационной деятельности предприятия	122
Токарев Р.Б. Классификация стратегий патентования.....	125
Фаястов А.А. Опыт использования средств приложения Excel на практических занятиях по метрологии	127
Хаустов П.Д. Современные проблемы автоматизации гостиниц	131

Шепелев Р.Е., Волков А.Т. Совершенствование организационных структур патентных служб.....	133
--	-----

СЕКЦИЯ «УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ И ЭКОНОМИКА ТРУДА»

Алешина А.А. Кадры для малого бизнеса. Современные проблемы подготовки и переподготовки.....	135
Адрианов М.А., Свистунов В.М. Проблемы текучести персонала в сфере продаж недвижимости	138
Ашурбеков Р.А. Сбалансированная система показателей как инструмент стратегического управления кадровым потенциалом в таможенной службе	140
Белоглазов Е.И. Слияния и поглощения как инструмент управления корпорацией	144
Глебов А.А. Управление персоналом по компетенциям	147
Дафонте К.Ф. Особенности кадровой политики малых компаний по оптовой закупке цветных и черных металлов	150
Зеленцова Л.С., Зеленцов А.Б. Роль кадровой политики организации в обеспечении эффективной взаимосвязи элементов структурного капитала.....	152
Козырева О.М., Масленников И.А. Особенности кадровой политики в условиях франчайзинга в общественном питании.....	156
Коновалова В.Г. Корпоративная культура как фактор инновационного развития организации	160
Медведев А.И. Профессиональные стандарты как нормативная база сертификации персонала и оценки квалификаций	163
Межевов А.Д., Зайцева Г.А. Управление персоналом как условие роста эффективности экономики труда	167
Межевов А.Д., Королева А.В. Совершенствование системы оплаты труда в ООО "Транстрейдинвест сертификация"	171
Митрофанова Е.А., Митрофанова А.Е. Интеграция сбалансированных показателей в систему управления персоналом.....	173
Никейцева Е.А. Особенности отбора технического персонала на производстве.....	177
Романова И.А. Направления изучения эмоциональной сферы личности работника	180
Санберг Н.В. Кодекс корпоративной культуры как элемент внутренней коммуникационной системы компании (на примере компании М)	183
Свистунов В.М. Развитие персонала как важная составляющая повышения кадрового потенциала современной организации	187
Семенов С.В. Актуальные проблемы материального денежного и неденежного стимулирования персонала в проектно-изыскательских компаниях	191
Соболь О.В. Формирование культуры осознанной безопасности в компании.....	193
Сузалова Т.В. Основные правила оформления документов по приему персонала в организацию	195
Суворов А.А. Система профессионально-должностного роста гражданских служащих: сущность и содержание	199
Тарасенко В.В. Структурно-функциональный анализ системы развития управленческого персонала образовательных организаций	202

Темнова И.О. Развитие работников организации в рамках основных концепций управления персоналом.....	206
Шаблин А.В. Последствия текучести персонала в организации и ее стоимость	209
Шикова М.В. Роль организационной культуры на предприятиях в XXI веке	212
Шрамченко Т.Б. Идеальный руководитель – миф или реальность?.....	214

СЕКЦИЯ «КОРПОРАТИВНОЕ И АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ»

Голышкова И.Н., Балашова Н.Е. Современное состояние корпоративного волонтерства в России.....	217
Браусова И.В., Сычёва С.М. Необходимость разработки стратегии развития компании	220
Ермошин М.В. Влияние различий корпоративных культур на процесс слияния компаний	224
Жернакова Н.Б. Профессионализация управления как условие обеспечения экономической безопасности организаций.....	227
Казеева О.Г. Принципы корпоративного управления для управляющих компаний в кластере.....	230
Каталкина М.Ю. Риски реорганизации	233
Кузина Г.П., Погосян М.С. Проблемы социальной ответственности российских компаний.....	236
Лоханова В.Н. Основы экономических измерений в сфере безопасности предприятия.....	239
Михайлов О.В. Антикризисные возможности малого предпринимательства	243
Реутова И.А., Сычёва С.М. Формирование системы корпоративного обучения в организации.....	249
Савченко А.В. «Теория хаоса» Стивена Манна как инструмент анализа внешней среды корпораций.....	251

СЕКЦИЯ «РОССИЯ И МИР: ИСТОРИЯ И ПОЛИТОЛОГИЯ»

Верниченко М.А., Плавинский В.Б. Проблема государственной состоятельности / несостоятельности новых политий.....	255
Жукова Л.А. «Женский вопрос» в публицистике А.М. Коллонтай	258
Жукова Л.А., Геокчакян А.Г. Экономические аспекты отмены крепостного права в России (к 155-летию отмены крепостного права)	262
Ильюхов А.А. Советская власть: 1921 г. – выбор модели экономического развития	265
Ильюхов А.А., Анджаева Б.Х. Депортация калмыцкого народа	269
Ильюхов А.А., Безродных Т.С. Тайна убийства Григория Распутина	273
Ильюхов А.А., Вергизова Я.М. Холокост и его освещение в современной истории	275
Ильюхов А.А., Некрасова К.Н. Первые русские святые.....	279
Крейс В.В. К вопросу о государственном управлении в период Великой Отечественной войны: роль и место чрезвычайных внеконституционных органов с особыми полномочиями.....	281

Михалева Р.А. Отражение общественно-политических взглядов художников Москвы в их творчестве в начале XX века	286
Надехина Ю.П. Периодическая печать в жизни московских рабочих рубежа XIX – XX вв.	288
Ормонова А.А. Исламизация или политическая борьба в современном Кыргызстане?.....	290
Романов А.А. Из истории развития текстильного производства в Коломенском уезде на рубеже XIX – XX вв.	292
Сидорчук Е.А. Тыл в обороне Севастополя в 1941-1942 гг.	295
Чеботарь Д.Ю. Охрана материнства и детства в МССР в 1940-х гг.	297

Ответственность за сведения, представленные в издании, несут авторы статей.

Научное издание

МАТЕРИАЛЫ

21-й Международной научно-практической конференции
«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ – 2016»

Выпуск 1

Секции:

- «Актуальная методология и современные технологии управленческого образования»
- «Актуальные вопросы экономической политики России»
- «Актуальные проблемы туристического бизнеса»
- «Актуальные проблемы развития рекламы и связей с общественностью»
- «Инновационный менеджмент»
- «Управление персоналом и экономика труда»
- «Корпоративное и антикризисное управление»
- «Россия и мир: история и политология»

Дизайн обложки *Е.А. Чеканова*

Компьютерная верстка и техническое редактирование *И.В. Кутумова*

Проверка макета верстки *М.Д. Наставшева*

Тематический план изданий научной литературы ГУУ 2016 г.

Подп. в печ. 14.10.2016.

Формат 60x90/16.

Объем 19,25 п.л.

Бумага офисная.

Печать цифровая.

Гарнитура Arial.

Уч.-изд. л. 22,69.

Изд. № 162/2016.

Тираж 50 экз.

Заказ № 1220.

ФГБОУВО «Государственный университет управления»

Издательский дом ФГБОУВО «ГУУ»

109542, Москва, Рязанский проспект, 99, Учебный корпус, ауд. 106

Тел./факс: (495) 371-95-10

e-mail: id@guu.ru, roguu115@gmail.com

www.id.guu.ru, www.guu.ru