

МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЗАОЧНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

«СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ:
ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ»

Новосибирск,
2010

УДК 37.014.542
ББК 74.204
С 56

Рецензенты:

Кандидат психологических наук, доцент НП «СибАК» *Н.Р. Гулина*
Старший преподаватель НП «СибАК» *И.С. Степанов*

С 56 «Современный менеджмент: проблемы и решения»:
материалы международной заочной научно-практической
конференции (1 февраля 2010 г.) – Новосибирск: Издательство
ЭНСКЕ, 2010. – 203 с. ISBN 978-5-91711-013-4

Сборник трудов международной заочной научно-практической конференции «Современный менеджмент: вопросы и решения» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современного менеджмента.

Данное издание будет полезно аспирантам, студентам, исследователям в области практического менеджмента и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития менеджмента.

ББК 74.204

ISBN 978-5-91711-013-4

© НП «Сибирская ассоциация консультантов», 2010 г.

Оглавление:

О РАЗВИТИИ ИНТЕГРАЛЬНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ	7
Аксенов Е.П.	
ОСНОВЫ ЦЕЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ	11
Алтухова М.В.	
НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ РЫБНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	15
Алябьева В.М.	
ВНЕДРЕНИЕ КОРПОРАТИВНОГО СТАНДАРТА В СФЕРУ СБЫТА	23
Афанасьева Р.М.	
ФАКТОРЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ	29
Бокенчина Л.К.	
СОВРЕМЕННЫЕ УСЛОВИЯ РАЗРАБОТКИ И ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИЙ	34
Бурмистрова Е.В.	
ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И МЕТОДИКИ РАЗРАБОТКИ	45

Власова К. Э.	
Кырова Е. В.	
ЛИНЕЙНАЯ МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ПАКЕТА РЕАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ	51
Гордуновский В.М.	
Самохвалов С.Ю.	
ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ СТОРОНЫ СИСТЕМЫ «ПАРТНЁРСКИЕ ОТНОШЕНИЯ»	59
Добролюбов И.К.	
ВОЗМОЖНОСТИ УЧЕТА ТИПА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРИ ПОСТРОЕНИИ СИСТЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА	67
Долженко Р.А.	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОТДЕЛОМ МАРКЕТИНГА	72
Елисеев В.В.	
НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗРАБОТКИ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ АВТОПРОМА	78
Ермаков Р.В.	
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА ВЫПУСКНИКОВ	84
Ершова И.Г.	

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	88
Ефремова О.В.	
УЧАСТИЕ ПЕРСОНАЛА В УПРАВЛЕНИИ КАК СРЕДСТВО ВНУТРИКОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ	94
Иванова М.О.	
ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ КАК ЗАЛОГ УСПЕХА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	99
Касенова А. Ж.	
ЛИЗИНГ КАК ЭЛЕМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	104
Королева Л.Р.	
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЕЛОВОЙ КАРЬЕРОЙ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	109
Краснослободцева Е.С.	
ОЦЕНКА СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ)	115
Леопольд И.Е.	
СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ БИЗНЕС- СИСТЕМЫ, ИХ ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ	123

И ПРИМЕНЕНИЕ В УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Мустафина Г.Г.

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ КАТАСТРОФ В
АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕНИИ 128

Нагаева Е.А.

НАЛОГОВАЯ СИСТЕМА В УСЛОВИЯХ
ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА 136

Найденова Т.А.

ТЕОРИЯ ИГР ВО ВНЕШНЕИНВЕСТИЦИОННОЙ
СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ 141

Пыл И.С.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ
СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ
КАЗАХСТАН 145

Сапарова Г.К.

Орынбасарова С.Е.

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА
В ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ КОМПЛЕКСАХ (НА
ПРИМЕРЕ ТК «КВАНТ») 151

Смирнов С. В.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОЙ
ЭКОНОМИКИ 156

Смолин Д.С.

УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ НА РАЗЛИЧНЫХ СТАДИЯХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРОДУКТА	162
Тевелевич А.Е.	
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ ЛИЧНОСТИ ПЕРСОНАЛА КАК ПРИЧИНА ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ	169
Ходосевич А.С.	
ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА КОМПАНИЙ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА	174
Чарышева С.Р.	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ТАМОЖНИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	184
Черных Н.В.	
ПРОВЕДЕНИЕ ТЕНДЕРОВ НА ПОДБОР АУДИТОРСКОЙ КОМПАНИИ КАК ЭЛЕМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ	189
Шкуренкова А.Б.	
МЕСТО ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ	197
Щеглова Д.Ю.	

О РАЗВИТИИ ИНТЕГРАЛЬНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ

Аксенов Е.П.

Канд. экон. наук, доцент КузГТУ, г. Кемерово

E-mail: aep55@mail.ru

Успешное присоединение России к системе мирового хозяйства требует адекватной модернизации системы управления экономикой, финансами на макро- и на микроуровнях. Поэтому закономерным следствием этого процесса является плодотворное развитие современной отечественной экономической мысли, финансовой идеологии. Правильный путь построения экономической теории состоит в философском анализе, осмыслении развития экономической науки.

Эффективное управление социально-экономическими системами, организациями, бизнес-процессами, основывается на общих правилах, культурных традициях, ценностях, научных принципах, позволяющих:

- поддерживать необходимое соответствие состояния внутренней среды бизнес-систем внешним и внутренним требованиям;
- осуществлять инновационное развитие, непрерывное совершенствование бизнес-процессов;
- решать сложные проблемы экономического роста;
- преодолевать постоянно возникающие противоречия, кризисы.

Современный менеджмент в мировой теории и практике является интегральным, то есть объединяющим все теоретические и практические подходы, принципы, цели и задачи управления на всех уровнях экономики государства, мировой экономики, отдельных организаций, хозяйствующих субъектов.

В этой связи И.А. Бланк подчеркивает [1, с.11], что исторические предпосылки зарождения, развития финансовой науки связаны с возникновением государства, становлением товарно-денежных отношений. Так, вопросы формирования государственных доходов в форме натуральных податей и трудовых повинностей рассматривались уже античными мыслителями Греции, Древнего Рима, в частности, Ксенофонт (430-355 гг. до н.э.) – в работе «О доходах афинской республики», Аристотель (384-322 гг. до н.э.) – в работе «Государственное устройство Афин».

Происхождение термина «финансы» имеет глубокие исторические корни. Большинство исследователей считает, что он произошел от лат. «fīnis», что означает уплачивать определённую сумму денег. Однако как экономическая категория термин «финансы» вошел в оборот только в XIII-XV веках в Италии, что от лат. «fīnancia» дословно означало «денежный платеж». Поэтому подчеркивается [4, с. 406], что в дальнейшем термин «финансы» получил международное распространение и стал употребляться как понятие, связанное с системой денежных отношений между государством и населением. В значительной степени расширил трактовку финансов французский учёный Жан Боден в своей работе «Шесть книг о республике» (1577 г.). Этот период считается временем зарождения теории финансов и финансовой науки в целом.

Финансовый менеджмент как направление экономической науки начал развиваться более ста лет тому назад в государствах Западной Европы, Северной Америки с развитой рыночной экономикой. Подчеркивается [5, с.310], что первоначально были исследованы финансовые вопросы создания новых фирм и компаний, впоследствии управление финансовыми инвестициями, проблемы банкротства. В концентрированном выражении концепция финансового менеджмента сформулирована Р. Н. Холтом [6, с.137]. В настоящее время финансовый менеджмент включает практически все экономические направления управления финансами коммерческих организаций. В России финансовый менеджмент начал развиваться в 90-е гг. XX века. Наиболее известны работы И. Т. Балабанова, И. А. Бланка, В. В. Ковалева, Г. Б. Поляка, Е. С. Стояновой, других отечественных авторов в области финансового менеджмента

Основу традиционного финансового менеджмента составляет методология регулирования экономических показателей коммерческих организаций, бизнес-рисков, антикризисное управление. В то же время для реализации эффективной финансовой стратегии и тактики коммерческих организаций, концепции регионального, муниципального устойчивого социально-экономического развития необходимо интегральное, целочисленное использование на практике всех системы сложных функций управления, а не только элементарной координации отдельных финансово-экономических параметров, показателей организаций, хозяйствующих субъектов. При этом сложные функции управления финансами коммерческих организаций должны рассматриваться как конечное множество

функционалов таких, как: инжиниринг, органайзинг, мониторинг, контроллинг, реинжиниринг.

Предпосылки идеологии функционального менеджмента заложены в работе А. Файоля «Общее и промышленное управление» (1908 г.), который впервые ввел в научный оборот такие функции управления, как: планирование, прогнозирование, организация, координация, распорядительство, контроль. К сожалению, А. Файоль рассматривал их без должной взаимосвязи, взаимозависимости, взаимообусловленности, то есть без достаточной системности, научного обоснования, упорядоченности.

Поэтому Н.В. Колчина вполне обоснованно подчеркивает [7, с.9], что в настоящее время в экономической литературе существует большой разброс в определении функций, как по их количеству, так и по их содержанию. Поэтому генезис идеологии финансового менеджмента основывается на системно-функциональном подходе к управлению финансами коммерческих организаций, финансовыми процессами на всех уровнях управления, что объективно и закономерно приводит к необходимости развития функционального финансового менеджмента.

Постулат рациональности является основополагающим для современной экономической науки, несмотря на слабость позиции М. Вебера [2, с.56], которая заключается в том, что его определение типов поведения хозяйствующих субъектов осуществлялось безотносительно к концептуальному содержанию экономической теории. В экономической теории концепция рациональности была существенно подкреплена идеей максимизации функции полезности, использованием методов математического программирования. В соответствии с «новым» экономическим рационализмом [3, с. 78-116] научную концепцию можно реализовать только в процессе эффективно ориентированной деятельности на основе целенаправленной системной реализации элементарных и сложных функций управления, что составляет суть интегрального системно-функционального подхода в управлении.

Поэтому любая управленческая деятельность предполагает выполнение стандартных функций управления. В этой связи финансовый менеджмент – это интегральный процесс планирования, организации, учета, контроля, регулирования, направленный на оптимизацию деятельности организации по

формированию, распределению, использованию финансовых ресурсов, обеспечению необходимого уровня финансового состояния.

В этой связи необходимо выделить основополагающие принципы концепции интегрально-функционального подхода к определению финансового менеджмента:

1) управление финансами представляет собой целенаправленное использование на практике менеджерами, специалистами, администрацией совокупности взаимосвязанных, взаимозависимых и взаимообусловленных функций управления в соответствии с уровнями иерархии;

2) функции управления финансами коммерческих организаций, социально-экономическими процессами подразделяются на простые (элементарные) функции и сложные функции (функционалы);

3) множество простых, или элементарных функций управления финансами коммерческих организаций конечно и количественно определено;

4) в процессе управления простые и сложные функции реализуются менеджерами, специалистами, администрацией в пространственно-временном интервале одновременно последовательно и параллельно;

5) основой структуры системно-функционального управления финансами являются цикломены, которые представляют в процессе реализации на практике строгую логически взаимосвязанную, устойчиво повторяющуюся, целенаправленную последовательность, ориентированную в пространстве и во времени, элементарных функций таких, как: ... – планирование – организация – учет – контроль – регулирование –...;

6) на основе композиции элементарных функций формируются функционалы управления такие, как: финансовый инжиниринг, мониторинг, контроллинг и другие;

7) в процессе декомпозиции функционалов на элементарные функции реализуется процесс управления финансами на макро- и на микроуровнях как в масштабах государства в целом, так и на уровне отдельных организаций.

Таким образом, интегральный функциональный финансовый менеджмент представляет собой процесс целенаправленного воздействия менеджеров, специалистов на формирование,

распределение, использование финансовых ресурсов для получения планируемых, проектируемых социально-экономических результатов на основе системного использования интегрально-функциональных методов управления и получения за счет этого синергетического эффекта.

Список литературы:

1. Бланк, И. А. Основы финансового менеджмента. Т.1 – К.: Ника-Центр, 1999. – С.11.
2. Вебер, М. Избранные произведения. – М.: Мысль, 1990. – С.56.
3. Винер, Дж. Концепция полезности в теории ценности и ее критики. – СПб.: Питер, 2003. – С.78-116.
4. Ковалев, В. В. Курс финансового менеджмента. – М.: ТК Велби, 2008. – С. 406.
5. Румянцева, Е. Е. Новая экономическая энциклопедия. – М.: ИНФРА-М, 2005. – С.310.
6. Холт, Р. Н. Основы финансового менеджмента. – М.: Дело, 2003. – 137с.
7. Финансы организаций (предприятий) / Под ред. Н.В. Колчиной. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – С.9.

ОСНОВЫ ЦЕЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Алтухова М.В.

аспирант Орел ГТУ, г.Орел

E-mail: altuxov@regionnet.ru

Единым для всей компании стандартом управления подразделениями и отдельными сотрудниками, где деятельность оценивается не по процессу, а по результату, достижению поставленной цели является управление по целям (УПЦ).

Впервые термин «управление по целям» (Management by Objectives, МВО) ввел классик менеджмента американец Питер Друкер (Peter Drucker). Друкер считал, что каждый руководитель в организации, от наивысшего до самого низшего уровня, должен иметь четкие цели, которые обеспечивают поддержку целей руководителей, находящихся на более высоком уровне. Друкер предполагал, что этот процесс поможет каждому руководителю получить четкое представление о том, что ожидает от него организация, о целях организации и цели его начальника [3]. Следует отметить, что целевое управление связано с Performance Management (измерением эффективности

работы сотрудников с точки зрения поставленных перед ними целей), Key Performance Indicators (определением ключевых показателей исполнения или количественных производственных показателей) и Balanced Scorecard (правильной балансировкой тех же целей). При целевом управлении топ не указывает, как достигнуть цели, а просто говорит, куда нужно попасть. В ходе выполнения задания сотрудник сам корректирует маршрут, но есть несколько «точек», где через определенный период времени ему следует «отметиться». Можно, например, поставить перед работником задачу, решить которую он должен до конца месяца, и каждую неделю спрашивать, что сделано. Если целью выбрано увеличение объемов продаж, для сотрудника в карте прописываются конкретные шаги, которые должны привести к результату (провести три встречи с клиентом, утвердить новый прайс-лист и т.д.). Выполняя эти действия, работник добивается запланированных бизнес-показателей. Менеджер отмечает, какие из намеченных дел сделаны, а если не сделаны, то анализирует почему. В результате руководство располагает конкретными доказательствами, что человек способствует росту объема продаж.

Автор GOAL-технологии Александр Литягин, президент компании «Целевое Управление», преподаватель курса МВА «Управление человеческими ресурсами» в Высшей школе бизнеса МГУ (Москва, Россия) сформулировал три практических правила управления по целям, которых следует придерживаться в жизни: «Суть целевого управления - жить и работать, достигая определенных целей. Есть клуб людей, внедривших у себя в компаниях целевое управление. Для успеха важны три умения: умение понять и принять цели, четко их ставить и достигать. Если человек идет по этому пути, у него нет никаких ограничений. Человек, задавшись целью, меняет мир, поэтому должен планировать свою жизнь хотя бы лет на десять вперед. Если жить с целью - построить дом и воспитать детей, то в матрице будут показатели метража площади, прирост годового дохода, количество детей» [2].

Основные принципы управления по целям формулируются исходя из следующих предпосылок [1]:

- система управления должна обеспечивать достижение всех целей и задач организации;
- каждый руководитель, от высшего до первого уровня, должен иметь четкие цели в рамках возложенных на него обязанностей;
- цели и задачи всех менеджеров согласуются, и в соответствии с этим организуется работа по их выполнению;
- менеджеры и исполнители совместно формируют функции и добиваются их выполнения путем взаимных консультаций; в идеальном случае

формируется иерархия целей, конкретизируемых на каждом последующем уровне при движении сверху вниз.

Что касается самого процесса управления по целям, то он состоит из четырех этапов:

- на первом уточняется круг полномочий и обязанностей руководителей всех уровней;
- на втором разрабатываются и согласовываются цели и задачи управления в рамках установленных полномочий и обязанностей;
- на третьем составляются реальные планы достижения поставленных целей;
- на четвертом производится контроль, измерение, оценка работы и достигнутых каждым руководителем результатов, и по каналам обратной связи осуществляется корректировка заданий, после чего может потребоваться новое согласование целей.

Следует также подчеркнуть, что в основе целевого управления лежит матричная организационная структура, которая является одной из наиболее сложных структур управления адаптивного типа (рис.1).

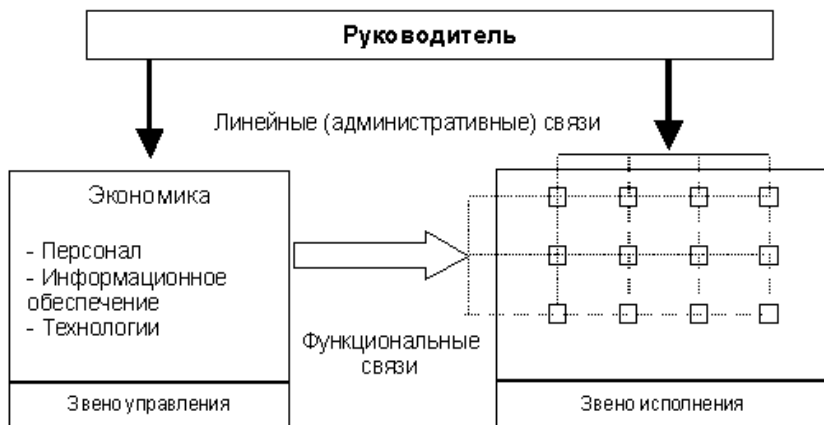


Рис.1. Матричная структура управления

Такой тип структуры имеет много преимуществ: обеспечивает менеджеру, ответственному за реализацию программы и достижение цели, подчинение всех исполнителей, независимо от того, в каком подразделении находится их основная работа. По окончании совместных действий все исполнители возвращаются в состав своих подразделений.

Необходимо отметить, что разработка матричных структур очень часто рассматривается как достижение развития управленческой теории, которое с трудом реализуется на практике.

Рассматривая вопрос об управлении по целям, хотелось бы подчеркнуть то, что по результатам исследований привлечение к участию в постановке целей усиливает мотивацию некоторых индивидов и повышает их производительность. Однако другие исследования указывают на то, что в некоторых ситуациях такое участие не всегда уместно и не всегда реально ведёт к повышению производительности. Все же общая и более существенная проблема состоит в том, что руководству часто не удаётся использовать все аспекты управления по целям. Так, например, оно не может видоизменить систему оплаты и премирования труда, чтобы достижение целей вознаграждалось надлежащим образом.

На наш взгляд, основные причины, из-за которых потерпели неудачу программы управления по целям, являются следующие:

1. Отсутствие заинтересованности, а также поддержки высшего руководства. Безусловно, для успеха программ управления по целям должна осуществляться полная поддержка высшего руководства.

2. Недопонимание и искажение концепции. Программам управления по целям обычно оказывают сопротивление, если они используются в качестве «кнута» для усиления контроля над подчиненными.

3. Возникновение трудностей при постановке целей. Многие виды работ и сферы деятельности достаточно сложно объективно оценить и количественно определить.

4. Увеличение канцелярской работы. Руководители способны оказывать сопротивление реализации программы, поскольку это увеличивает объем их канцелярской работы.

5. Ужесточение дефицита времени. Для того чтобы применять программу управления по целям, руководителю необходимо учиться правильно устанавливать приоритеты и более эффективно использовать время.

6. Отсутствие соответствующей квалификации. У руководителей могут не иметь необходимой квалификации для определения деятельности, планирования, обмена информацией и межличных взаимодействий, таких, как обучение, консультация, а также передача и получение информации на основе обратной связи.

7. Отсутствие индивидуальной мотивации. Вознаграждение в явной и скрытой форме (например, премия или моральное

удовлетворение) должны быть достаточными для стимулирования людей к работе.

8. Слабая интеграция с другими системами. Этапы постановки целей и проверки результатов должны сочетаться с другими мерами, например прогнозирование, составлением бюджета и иными процессами.

9. Стратегии неуместных изменений. Проектирование и реализация программы управления по целям должны быть тщательно спланированы. Необходимо внимательно рассматривать, какими путями система будет спроектирована и внедрена, и кто будет в ней участвовать.

Конечно, устранив данные причины, можно с уверенностью утверждать, что система управления по целям в итоге обеспечит достаточно неплохие результаты по достижению запланированных показателей и также будет способствовать эффективной совместной деятельности аппарата управления организации.

Список литературы:

1. Друкер, Питер, Ф. Энциклопедия менеджмента [Текст]: Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2004. — 432 с.: ил. — Парал. тит. англ. - ISBN 5-8459-0588-5 (рус.)

2. Жить и работать по целям [Электронный ресурс] / Журнал "Генеральный Директор". – Электронные данные. Режим доступа: <http://www.ht.ru/press/articles/print/art125.htm> .

3. Румянцева З.П.Общее управление организацией. Теория и практика [Текст]: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 304 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-002276-5.

НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ РЫБНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Алябьева В.М.

*канд. экон. наук, доцент филиал РГТУ в гМагадане,
E-mail: maglan@mail.ru*

Рыбное хозяйство в Российской Федерации является комплексным сектором экономики, включающим широкий спектр видов деятельности – от прогнозирования сырьевой базы отрасли до организации торговли рыбной продукцией в стране и за рубежом [1].

Основным определяющим фактором, повлиявшим на структурные преобразования в рыбохозяйственном комплексе, стали экономические реформы, проводимые в России [2].

Тенденции последних лет свидетельствуют о наличии серьезных ограничений развития рыбохозяйственного комплекса, обусловленных, в первую очередь, несовершенством нормативной правовой базы, низкой инвестиционной привлекательностью отрасли, отсутствием эффективных механизмов обновления основных фондов, ограниченностью финансовых ресурсов на проведение научных исследований и разработок в области рыболовства.

Причинами слабого развития рыбной отрасли страны являются слабая управляемость отраслью, малоэффективность федеральных целевых программ, неполное их финансирование и неподконтрольность использования средств, выделенных для их реализации.

Конечным приоритетом, по нашему мнению, в процессе совершенствования организационной структуры управления предприятиями рыбной промышленности является постепенная децентрализация принятия управленческих решений путем перехода к иерархически структурированному механизму государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности.

Иерархически структурированный механизм государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности является подходом, который предполагает разделение ответственности и полномочий между федеральным центром, региональными властями и саморегулируемыми структурами предприятий рыбной промышленности. Этот подход в принципе отличается от существующей настоящее время системы управления “сверху вниз”, когда все решения принимаются на уровне государственной власти. Иерархически структурированный механизм государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности является способом реорганизации системы управления рыбным хозяйством. Государство, региональные власти и саморегулируемые организации предприятий рыбной промышленности (т.е. рыбацкие сообщества, ассоциации товаропроизводителей и т.п.) делят между собой ответственность за управление рыбными ресурсами, и таким образом пользователи

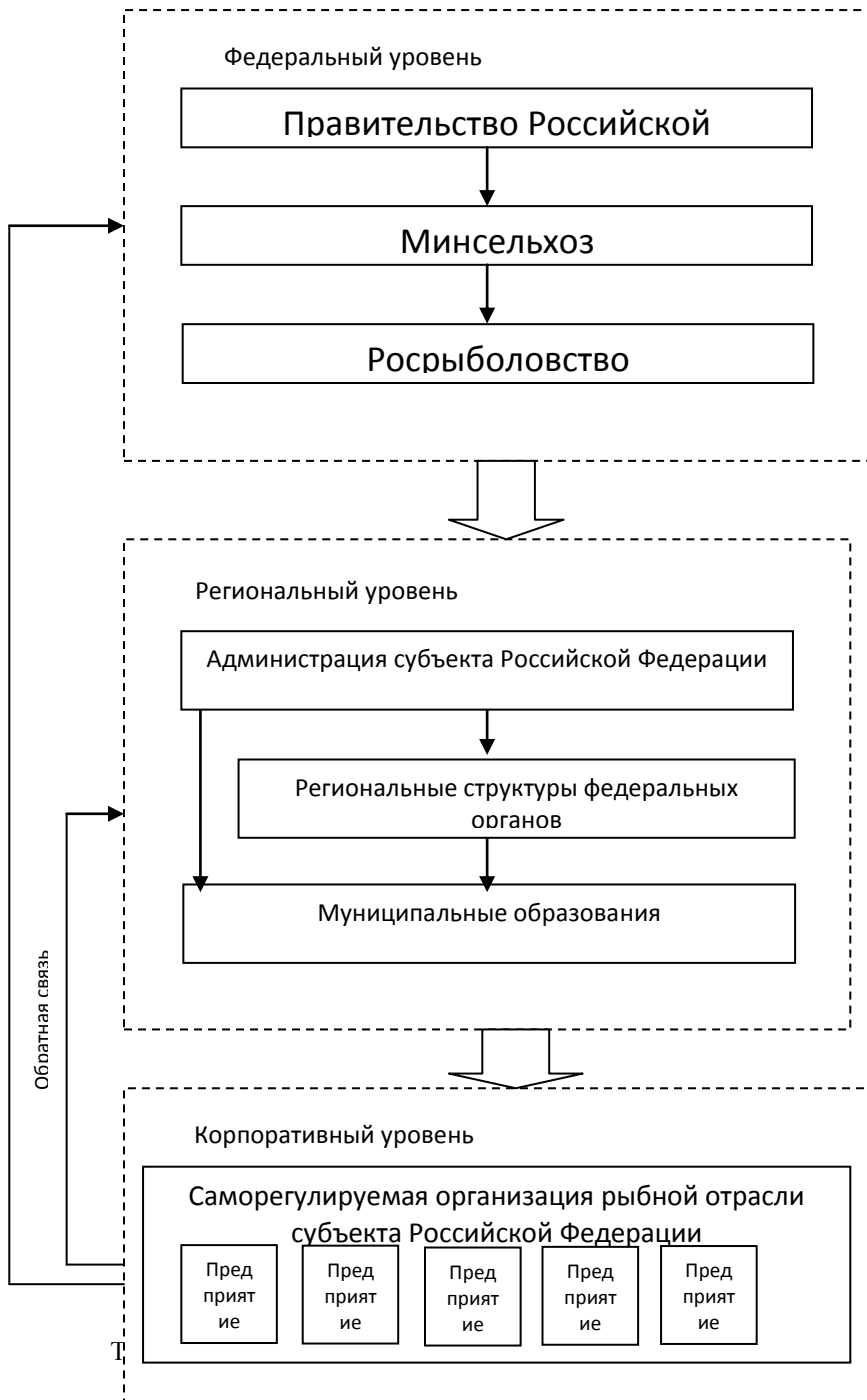


Рисунок 3.3 – Схема иерархически структурированного механизма государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности

ресурсов получают возможность влиять на процесс принятия решений, касающихся управления ресурсами и их распределения. государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности является подходом, альтернативным традиционному, когда решения принимаются наверху и спускаются вниз.

В условиях иерархически структурированного механизма государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности, достигается большая степень законопослушания и повышение правовой дисциплины, поскольку предприятия рыбной промышленности сами участвуют в принятии решений. Иерархически структурированный механизм государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности является также менее ресурсозатратным.

Иерархически структурированный механизм государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности основан на принципе, что участие в принятии решений, ведет к утверждению законности и правовой дисциплины. Это позволяет такому механизму государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности быть простым, эффективным и реализуемым. Обеспечение законопослушания в соответствии с планами и обязательствами, принятыми на местах, позволит проводить контроль и надзор с меньшими затратами, а доходы предприятий рыбной промышленности могут вырасти. Кроме того, совместные консультации позволят принимать решения по сохранению устойчивости рыбных ресурсов на более длительный период. Когда предприятия рыбной промышленности сами участвуют в мониторинге рыбных запасов, у них формируется более глубокое понимание данных вопросов. В целом, спектр подходов к отраслевому управлению располагается между двумя крайностями: “сверху-вниз” и “снизу-вверх”, когда все решения принимаются на местах. Между этими двумя крайностями можно выделить несколько подходов, предполагающих иерархически структурированный механизм государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности:

- Инструктивный/Консультационный – ближе всего к подходу “сверху-вниз”, когда орган отраслевого управления инструктирует пользователей ресурсов или консультируется с ними, но решение в итоге принимается государством.

- Кооперативный – государственный орган управления и группы пользователей сотрудничают как равноправные партнеры в процессе принятия решений и в целях управления рыбным хозяйством.

- Информационный / Передача полномочий – полномочия по управлению рыбным хозяйством передаются группам пользователей, и последние только информируют органы государственной власти (поэтому этот подход называют «Информационный»). Этот подход ближе всех других к полной децентрализации отраслевого управления (“снизу-вверх”).

Переход к иерархически структурированному механизму государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности – процесс длительный, и при этом органам государственной власти придется отказаться от некоторых своих полномочий, имеются и некоторые ограничения. Иерархически структурированный механизм государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности не является решаемым для всех. Масштабы передачи полномочий могут быть разными даже в пределах одной страны, и это зависит от ряда факторов, включая географические характеристики и социальную сплоченность рыбацких сообществ.

Далее, для внедрения иерархически структурированного механизма государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности, институциональные возможности и государственного органа, и рыбацких сообществ должны быть усилены. Переход к иерархически структурированному механизму государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности предполагает также внесение поправок в действующее законодательство, чтобы четко определить права и обязанности заинтересованных. Институциональный процесс работы иерархически структурированного механизма государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности является долгосрочным и может принимать различные формы, и эволюционировать с течением времени, и поэтому его не следует считать единственно возможной стратегией для решения всех проблем управления рыбными ресурсами с описанием различных подходов к управлению различных типов предприятий рыбной промышленности. Однако с учетом сложившейся на местах ситуации, иерархически

структурированный механизм государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности представляется наиболее реалистичным и обоснованным подходом для многих предприятий рыбной промышленности страны.

Кроме того, ассоциации предприятий рыбной промышленности, созданные в рамках иерархически структурированного механизма государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности ресурсами предприятий рыбной промышленности, могли бы стать основой для совместной организации маркетинга рыбы.

Правительству России следует рассмотреть возможность практической реализации концепции иерархически структурированного механизма государственного и корпоративного управления предприятиями рыбной промышленности, важной составляющей различных видов поддержки предприятий рыбной промышленности.

Большие проблемы возникают из несистематического и ненадежного управления потоком информации и данных. Неточные данные становятся источником недостоверной информации о состоянии рыбных запасов и допустимом уровне добычи. Из-за ограниченности средств для проверки производственных показателей и информации для мониторинга хода работ, трудно координировать и постоянно контролировать процесс реализации мероприятий по развитию отрасли.

Для более полной реализации предлагаемого подхода необходимо совершенствование информационной системы управления рыбным хозяйством. Для адекватного мониторинга предприятий рыбной промышленности и принятия управленческих решений на основе более полной информации необходимо обеспечить оперативный сбор точных данных.

Для этого в рамках Федерального агентства по рыболовству Минсельхоза России необходимо создать информационную систему отрасли - Информационный Центр Предприятий рыбной промышленности (ИЦРП), для улучшения качества и количества собираемых данных для управления предприятиями рыбной промышленности. ИЦРП будет заниматься сбором точных микро- и макроэкономических данных - как с частного, так и с государственного сектора, с целью последующего использования этих данных для анализа экономической эффективности.

Данное предложение имеет целью содействие развитию внутренней и внешней инфраструктуры и оказание сектору помощи в создании такой институциональной структуры, которая выполняла бы свои управленческие функции эффективно. Данная система поможет Федеральному агентству по рыболовству Минсельхоза России и другим учреждениям улучшить свою деятельность и более эффективно контролировать ход работ и обеспечить постоянное совершенствование отраслевого управления в режиме реального времени.

ИЦРП должен иметь доступ также к базам данных по социальным, экологическим и биологическим аспектам.

В нормативно-правовой базе следует предусмотреть также порядок сбора следующих данных, необходимых для решения задач отраслевого управления:

- Создать правила ведения учетных записей о добыче, уловам и производственных затратах на рыбодобычу (в судовых вахтенных журналах).
- Правила мониторинга и записи по первым продажам рыбы и данные по переработке и продаже рыбы.
- Правила внесения в вахтенный журнал записей об уловах судов третьих стран и перегрузке рыбы в другие суда или страны (по согласованию, например, с прикаспийскими государствами).
- Правила по созданию базы данных по уловам и затратам на рыбодобычу.
- Регистрация типа и размера рыболовных сетей (в целях регулирования уловов).
- Представление в органы статистики данных по аквакультуре.
- Создание структуры для сбора данных по рыбному хозяйству и управления этими данными.
- Обеспечение финансирования расходов по созданию системы сбора данных.
- Правила конфиденциальности отраслевой информации и доступа к этой информации.

В рамках ИЦРП является необходимым создание трех отделов: модуль по сбору данных и информации, модуль мониторинга предприятий рыбной промышленности и модуль регистрации рыболовных судов.

На эти отделы возлагаются следующие функции и задачи:

- модуль по сбору данных и информации: ИЦРП будет оперировать и на местном и на национальном уровне. На местном уровне у Отдела будут действовать портовые офисы. Сотрудники этих офисов будут заниматься сбором данных по бортовым журналам рыболовных судов, данных по уловам и продажам. По стандартам Евросоюза представление сведений этих трех видов и дополнительно данных по аквакультуре является минимумом требуемой информации

- модуль мониторинга рыбохозяйственного сектора: Основная функция – мониторинг рыболовного флота с помощью системы мониторинга рыболовных судов (СМРС). Отдел будет предоставлять данные в Отдел по сбору данных и информации, передавать данные мониторинга судов, в региональные офисы и заниматься анализом тенденций в рыболовной деятельности в целях НИР и планирования.

- модуль регистрации рыболовных судов: основная задача – разработка и внедрение компьютеризированной системы регистрации рыболовных судов (СРПС) в соответствии международными соглашениями (включая Конвенцию ООН о морском законодательстве). Этот модуль призван обеспечить достоверность данных для мониторинга, контроля и надзора в масштабах всей страны и на местном уровне и посылать инспекторов для проверки функционирования системы регистрации судов на местах.

В результате внедрения ИЦРП будет создана Единая действующая система регистрации рыболовецких судов, контроля над квотами, производственными затратами и рыбодобычей. А также предоставление информационных услуг для участников рынка рыбопродуктов и действующая система сбора экономических данных.

Предположительно, на создание такой полномасштабной системы потребуется 2-3 года. Нужно создать соответствующую инфраструктуру, обучить персонал, который сможет обеспечить квалифицированную поддержку по вопросам отраслевого управления на уровне международных стандартов.

Создание интегрированной информационной системы управления рыбным хозяйством (ИСУРХ) должно стать первоочередной задачей. Разработка и внедрение такой системы будет серьезным проектом. Но когда система начнет работать, можно будет

удовлетворить потребности в данных и информации целого ряда пользователей, (например детальное картирование с помощью ГИС) и поддерживать маркетинговую информацию.

Список литературы:

1. Концепция развития рыбного хозяйства Российской Федерации на период до 2020 года. Одобрена распоряжением Правительства Российской Федерации от 02.09.03 г. № 1265-р. (СЗ Российской Федерации 2003 № 36, ст. 3557).
2. Эффективность государственного управления рыбохозяйственным комплексом Российской Федерации, в том числе контроля в области рыболовства и сохранения водных биоресурсов. Аналитическая записка. – М.: Бюллетень Счетной палаты Российской Федерации № 1 (121)/2008.

ВНЕДРЕНИЕ КОРПОРАТИВНОГО СТАНДАРТА В СФЕРУ СБЫТА

Афанасьева Р.М.

*ст. преподаватель, Филиал РГГУ в г. Магадане
e-mail: jlo20032003@mail.ru*

Корпоративные стандарты играют большую роль в улучшении процесса предоставления услуг клиентам и обеспечении качественного обслуживания. Корпоративный стандарт – это утвержденный руководством компании документ или пакет документов, регламентирующих всю проектную деятельность [2]. Главная цель создания корпоративных стандартов – эффективное управление и координация бизнеса, который с их введением становится более прозрачным и предсказуемым. Корпоративные стандарты по работе с клиентом разнообразны, поэтому стоит выделить несколько основных документов: должностные инструкции; документ, описывающий бизнес-процессы обслуживания клиента – связанные с продажами, маркетингом и сервисом; регламент ведения переписки, телефонных разговоров и других контактов с клиентами; методика количественной оценки основных показателей эффективности функционирования подразделений продаж, маркетинга и сервиса. Ключевыми свойствами бизнес-процесса является то, что это конечная и взаимосвязанная совокупность действий, определяемая отношениями, мотивами, ограничениями и ресурсами внутри конечного множества субъектов и

объектов, объединяющихся в систему ради общих интересов с целью получения конкретного результата, отчуждаемого или потребляемого самой системой [1].

В качестве объекта в рамках проводимого автором исследования выбран ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан». В 2002 году было создано ООО «Магаданские колбасы», которое занималось производством и реализацией колбасных изделий. На рисунке 1 представлена организационная структура ООО «Магаданские колбасы»:

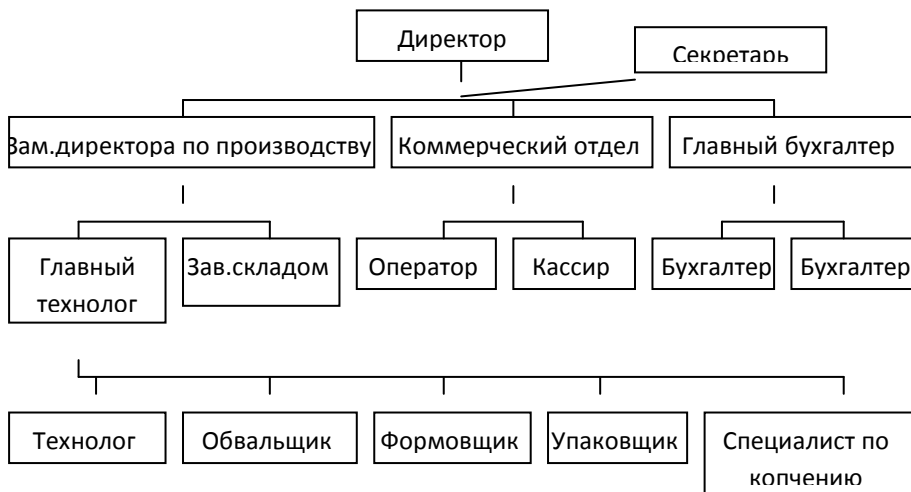


Рис. 1. Организационная структура ООО «Магаданские колбасы»

Рассмотрев организационную структуру ООО «Магаданские колбасы», можно увидеть, что отсутствуют такие должности, которые отвечали бы за имидж торговой марки, стратегию предприятия, планирование бюджета и др. Для улучшения процесса предоставления услуг клиентам и обеспечения качественного обслуживания требуется разработка и внедрение определенных регламентов и стандартов. Также у ООО «Магаданские колбасы» отсутствовали какие-либо стандарты по работе с клиентами, взаимодействие с клиентами каждый сотрудник вел в соответствии со своим жизненным опытом с присущими этому подходу плюсами и минусами.

В связи с реорганизацией 7 декабря 2007 года на основе объединения ООО «Магаданских колбас» и известной Камчатской фирмой ЗАО «Агротек холдинг» были созданы ООО «Агротек-Магадан» и ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан». Основным видом деятельности ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан» является оптовая торговля продукцией ООО «Агротек-Магадан». В январе 2008 ода был введен ассортимент продукции из 70 наименований под торговыми марками «Агротек» и «Агротешка»: вареные колбасы, сосиски, сардельки, сервелаты, полукопченые колбасы, деликатесы. Учитывая недостатки организационной структуры ООО «Магаданские колбасы», была создана отдельная структура Торгового дома, которая представлена на рисунке 2:

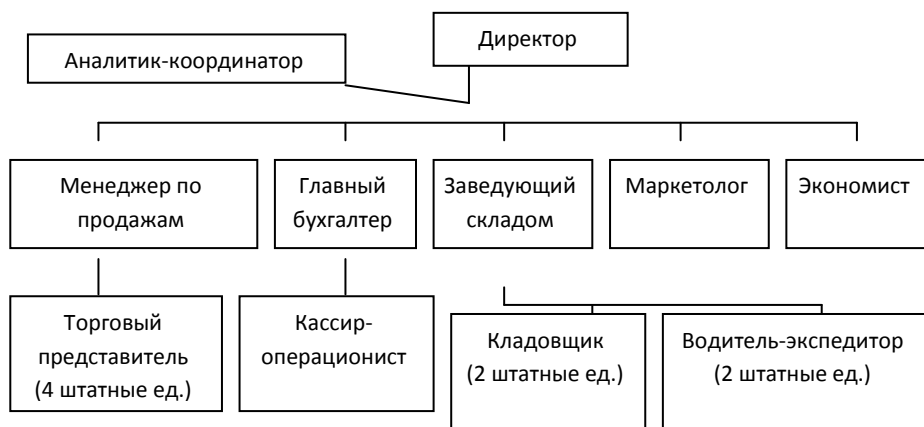


Рис. 2. Организационная структура ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан»

Как мы видим, в целях улучшения процесса предоставления услуг клиентам и обеспечения качественного обслуживания, был создан Торговый дом и введены дополнительные должности. Также был разработан целый ряд бизнес-процессов в Торговом доме. Графическое изображение дает наглядное представление о распределении функций между исполнителями бизнес-процесса, о количестве операций, выполненных каждым из них, которые представлены на рисунке 3:



Рис. 3. Схема взаимодействия основных бизнес-процессов ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан»

Регламентирующие документы административной деятельности, созданные в ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан»: управление персоналом, положение об организационно-функциональной структуре Торгового дома, положение об оплате труда работников, положение о премировании, правила внутреннего трудового распорядка. Документационное и информационное обеспечение: инструкция по документационному обеспечению, юридическое обеспечение, положение о материальной ответственности работников. Деятельность по бухгалтерскому учету и управление финансами Торгового дома направлена на планирование, контроль и оптимизацию затрат в рамках бюджетной политики предприятия, а также ведение управленческого, налогового и

бухгалтерского учета денежных средств и товарно-материальных ценностей. Регламентирующими документами этой деятельности являются: учет, учетная политика для целей бухгалтерского учета, положение о бухгалтерской службе, положение о порядке проведения инвентаризации, бюджетное управления, положение о бюджетировании. Деятельность отдела логистики направлена на обеспечение комплексных мероприятий по планированию, закупу, размещению, учету, хранению и доставке продукции до покупателей при максимально эффективном использовании ресурсов предприятия. Распределение отдела логистики представлены на рисунке 4:



Рис. 4. Функции отдела логистики ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан»

Все указанные функции в схеме регламентируются следующими документами: регламент формирования и утверждения плана продаж, регламент приемки, отгрузки, перемещения готовой, продукции и оформления сопроводительной документации в ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан», регламент хранения готовой продукции, регламент по доставке продукции, положение о складе готовой продукции, положение о проведении инвентаризации.

Планирование продаж и производства является важнейшим условием для организации успешной совместной работы компании с производителями для достижения оптимального заполнения рынка продукцией с учетом изменений его конъюнктуры. Более того, располагая базой данных, на предприятии стали регулярно проводить анализ причин потерь (ухода к другому производителю) наиболее значимых для них потребителей. Для этого тех из них, кто за последние годы (не менее чем за 1,5-2 года) либо резко снизил объемы закупок, либо вообще приостановил их, проинтервьюировали по телефону и выявили основные причины, побудившие потребителей к таким действиям. Результаты опросов показали, что порой причиной ухода к другому производителю были не только качество, цена и условия расчетов, но и просто не корректное отношение к ним со стороны сотрудников службы сбыта, плохая организация обслуживания потребителей. По данным компании только за счет своевременного улучшения организации обслуживания при оформлении документов на получение продукции можно было бы не допустить потерю до 10% от числа ушедших значимых потребителей. И это не потребовало бы никаких дополнительных финансовых затрат.

Корпоративные стандарты позволяют бизнесу работать как часы – все четко и слаженно. Каждый человек – на своем месте. У всех есть стандарты того что, как и самое главное – с каким результатом на выходе они должны делать. Не приходится сомневаться, что в этом случае руководитель сможет уделять гораздо больше времени стратегическим задачам развития, поиску новых возможностей для роста.

Разработав и внедрив стандарты обслуживания клиентов в ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан», компания заручается доверием и благосклонностью своего клиента. А что такое «доверие клиента» сегодня? Это отношения на долгие годы. Это вереница новых клиентов завтра, которые появятся у компании благодаря рекомендациям и отзывам о ней. В частности, корпоративные стандарты в ООО «Торговый Дом Агротек-Магадан» могут регулировать внутренние процессы, например работу подразделений и сотрудников. Могут быть направлены и на внешние процессы – обслуживание клиентов, отношения с партнерами, рекламу.

Список литературы:

1. Система корпоративных стандартов: практика разработки и внедрения. // Управленческий учет и финансы, № 2, 2007. – С. 23.
2. Юткина Ю. Для чего автоматизировать бизнес-процесс. // Дайджест, №2, 2008. – С. 21.

ФАКТОРЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

Бокенчина Л.К.

аспирант КЭУК, г. Караганда

E-mail: laurelsyzdikova@yandex.ru

Эволюция социальной сферы села подразумевает определенный порядок действий хозяйственных субъектов. Исследования показывают, что спад сельскохозяйственного производства, кризис социальной сферы возник под воздействием ряда факторов.

Первостепенно на социальную сферу села влияет степень развития сельскохозяйственного производства, которая показывает связь между причинами воздействующими на эффективность функционирования и оценку факторов необходимых для поиска резервов устойчивого развития. Это отражает реальную картину социальной сферы села.

В экономической литературе отражено современное состояние сельского хозяйства. Проводится анализ факторов влияющих на эффективность сельскохозяйственного производства и социальную сферу села.

А.С.Кулаков считает, что факторами особого положения являются: сельское хозяйство традиционно являющееся донором для других отраслей народного хозяйства, среду формирования национальной психологии, нравственности и исторической памяти, среду обитания и занятости [2, С. 28].

По мнению А.А.Шутькова «целесообразно учитывать комплексный подход при разработке и обосновании системы факторов, влияющих на социальную сферу села [3, С. 3].

Таким образом, экономическая устойчивость социальной сферы села отражает состояние социальной сферы села, гарантирующее целенаправленное ее развитие в прогнозирующем будущем.

Под экономической устойчивостью следует понимать состояние

развития хозяйствующего субъекта, при котором социально-экономические параметры при любых изменениях внутренней и внешней среды сохраняют экономический баланс на том или ином уровне.

Характеристика экономической устойчивости социальной сферы села изменяется под влиянием таких факторов, как финансовые, социальные, организационные, экономические, нравственные, трудовые и так далее.

Человек в глобализирующем мире становится не только основным фактором, но и непосредственным участником интенсивного, инновационного, интеллектуального и духовного роста в процессе экономического, социального и гуманитарного развития общества.

В последнее время расширился спектр проблем, включенных в «развитие человеческих ресурсов сюда входят демографические вопросы, занятость населения, здравоохранение, питание, жилье, урбанизация, образование, подготовка кадров и так далее. Теория человеческого капитала укрепила свои позиции и заняла особое место в социализированной ею экономике, поскольку качество ее реализации определяет дальнейшую эффективность экономики.

В экономической рост вносит свой вклад не только образование, но и здоровье нации. При качественном здоровье потери в производительности снижаются, также вовлекается большее количество детей в процесс обучения, способствующий повышению их успеваемости; помимо этого оно высвобождает ресурсы, которые шли на борьбу с болезнями.

На современном этапе эффективность в сфере здравоохранения рассматривается более широко, чем прямой экономический ущерб от заболевания. Минимум затрат при хорошем качестве необходимых медико-санитарных услуг является залогом экономической эффективности в сфере здравоохранения. Конечной целью является снижение неоправданных медицинских вмешательств при достижении наилучшего экономического соотношения между уровнями здравоохранения [4].

Необходимыми инвестициями в сфере здравоохранения должны стать те расходы, которые могут повлиять на ожидаемую продолжительность жизни, силу, физическое здоровье, выносливость и жизнеспособность людей. Результатом должно стать доступность медицинских услуг. Здоровье граждан должно стать новым важным социально-экономическим фактором в современных экономических условиях, так как здравоохранение является индикатором состояния экономики и степени благополучия населения.

Многостороннее воздействие числа факторов, таких как политическое, организационно-управленческое, историческое и экологическое оказывают влияние на определенные общественные формы отношений – производство сельскохозяйственной продукции, отношение собственности, организационно-правовую форму хозяйствования, образ, уровень и качество жизни, институты образования, здравоохранения, состояние окружающей среды.

Л.В. Бондаренко [1] определяет фактор социального контроля над территорией, выражаемый в содействии сельского населения государственным органам в плане обеспечения общественного порядка в труднодоступных, малолюдных, слабообжитых селах.

Экономическая устойчивость социальной сферы села формируется под воздействием внутренних и внешних факторов. К внешним факторам относятся национальная и мировая экономика, общественные факторы, такие как культура, социальные институты; законодательная база в виде нормативно-правовых актов. Они определяют организационно-правовой статус сельскохозяйственных предприятий, ценовую, финансово-кредитную, налоговую, социальную политику региона.

Большое значение имеют внутренние факторы, которые включают устав предприятия, различные положения, регламентирующие принятие организационно - управленческих решений, необходимые формы организации и оплаты труда, внутрихозяйственный расчет, в сельском хозяйстве определение сезонной направленности работ, регулирование деятельности через соответствующие документы.

К ресурсным факторам относят материально-технические, земельные, водные, растительные, финансовые, трудовые ресурсы, научно-технические, а также формы собственности и экономические отношения. Основой для развития сети объектов социально-культурной и инженерной инфраструктуры являются ресурсные факторы, включающие земельные, финансовые, трудовые, материальные, научно-технические блоки.

Основой трудовых ресурсов сельской местности в Казахстане является экономически активное трудоспособное население. На качественную структуру трудовых ресурсов влияют, в первую очередь, технологические условия сельскохозяйственного производства. Сельское население обеспечивают социальную сферу села квалифицированными кадрами, предоставляет необходимые трудовые ресурсы для участия в сельскохозяйственном воспроизводстве. Следовательно, через

воспроизводство общественного продукта в результате занятости получает товары и услуги, необходимые для личного пользования.

Одним из важных ресурсов являются земельные ресурсы, обеспечивающие землей объекты социальной сферы, на балансе которых находятся сельскохозяйственные предприятия.

Финансовые ресурсы решают вопросы с материальными, техническими и технологическими проблемами, связанными с объектами социальной сферы.

Базой для функционирования социальной сферы, бесперебойного производства сельскохозяйственной продукции, обеспечения объектов необходимой техникой и технологией являются материально-технические ресурсы, которые характеризуется высокой степенью изношенности и практически не совершенствуются, эти факты негативно отражаются на социальной сфере села.

Устойчивому развитию социальной сферы способствуют научно-технические факторы. Благоприятное воздействие на объекты социальной сферы села окажут достижения научно-технического прогресса. Например, если в сельской больнице установить новые медицинские оборудования для лечения различных заболеваний и обучить медицинский персонал, то у сельского населения появится возможность, не выезжая в город пользоваться новейшими медицинскими услугами, что повлияет на увеличение продолжительности жизни.

К социально-инфраструктурным факторам относятся: строительство новых или ремонт старых зданий школ, детских садов и больниц; учреждений торговли и быта, культуры; развитие строительства линий электропередачи, водопроводной и канализационной сети; строительство автомобильных дорог, которое обеспечивало бы автобусное сообщение с городом.

Организационно-экономические факторы многообразны, так как включают управление и контроль выполнения производственных процессов, экономические отношения, правовое регулирование, занятость, организацию труда и материальное стимулирование.

Большое влияние на социальную сферу села оказывают организационно-правовые формы хозяйствования, уровень сельскохозяйственного производства, социально-культурная и инженерная инфраструктура села, материально-технические и технологические изменения, финансовая и социальная политика, планирование и прогнозирование экономических процессов, стимулирование оплаты

труда, доходы и расходы сельских домашних хозяйств, структура потребления основных продуктов питания сельскими домохозяйствами. Организационно-экономические факторы в развитии социальной сферы занимают особое место, так как должны обеспечивать расширенное воспроизводство, а также устойчивость сельскохозяйственного производства и платежеспособность объектов социальной сферы.

Необходимо использовать вышеперечисленные факторы в комплексе, для достижения лучших результатов развития социальной сферы.

Занятость населения воздействует на распределение и формирование трудового потенциала, воспроизводство и размещение сельского населения, его возрастную-половую структуру, численность, урбанизацию и миграцию, образовательно-профессиональный состав полученный сельскими жителями подготовка и переподготовка кадров в сельском хозяйстве.

Профессиональный уровень, производительность труда, часто зависят от возрастной структуры трудоспособного сельского населения.

Необходимо отметить, что в сельском хозяйстве остаются очень высокие затраты труда, и низкая оплата труда. Эти факторы негативно отражаются на воспроизводстве трудового потенциала региона, а также на конечные результаты сельскохозяйственного производства.

На социальную сферу села влияют экологические условия, которые воздействуют на ресурсные факторы. Восстановление природного потенциала почвы, земли, растительности, воды имеет важное значение в сельскохозяйственной деятельности, так как от этого зависит результативность ведения агробизнеса.

На развитие социальной сферы села влияют такие факторы как:

- природно-климатические условия;
- потенциал социально - экономического развития (состояние дорог и средств связи, уровень технической оснащенности);
- внешнеэкономическая деятельность, диктуемая государственной политикой (экспорт и импорт, лицензирование, квотирование).

Список литературы:

1. Бондаренко Л.В. Экономические проблемы и механизм социального развития села. Автореферат диссертации на соискание уч. степ. докт. экон. наук – М, 1997.
2. Кулаков Ан. С. Социальная сфера села как фактор экономического развития страны. // Тезисы докладов научно-

практической конференции «Социальные проблемы развития села и сельских территорий». - СПб.: НИЭСХ НЗ РФ, 1997, С. 28

3. Шутьков А. Региональная аграрная политика: проблемы и пути совершенствования// АПК: экономика, управление. 2002. № 2. С.3

4. Abel – Smith B. Cost Containment and New Rriorities in Health Care: a Study of European Community. – Alder shot: Averby Ashgate, 1992.

СОВРЕМЕННЫЕ УСЛОВИЯ РАЗРАБОТКИ И ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИЙ

Бурмистрова Е.В.

Канд. соц. наук доцент ПАГС, г. Саратов

E-mail: most2002@list.ru

Политика, проводимая Правительством Российской Федерации, в области регулирования взаимоотношений между работодателями и работниками предприятий различных форм собственности направлена на полную финансовую легализацию деятельности предприятий и, в частности, на искоренение практики «черных» и «серых» зарплат. В данной статье мы не будем обсуждать, для чего, и как это делается. Для раскрытия проблемы настоящей статьи важно, что в ближайшее время, благодаря этой политике, на экономическом пространстве России появится значительное число предприятий, которые будут иметь несомненный интерес к внедрению у себя информационных технологий управления персоналом. Это будет обусловлено рядом факторов.

Первый фактор это уже достаточно высокий уровень компьютеризации предприятий. Любое предприятие, даже небольшое, имеет в своем арсенале хотя бы один компьютер, на котором установлена «1С: Бухгалтерия». Это свидетельствует о технической готовности любого предприятия к внедрению информационных технологий управления персоналом, путем установки программы «1С: Зарплата и Управление Персоналом».

Искоренение «серых» зарплат делает этот фактор еще более значимым, так как учет рабочего времени и выплату заработной платы намного проще осуществлять, используя современные информационные технологии и специальные программы, а не

«тайные» рукописные пометки или «самодельные» программы в MS Excel.

К следующему фактору следует отнести дефицит квалифицированных трудовых ресурсов, с которым постоянно сталкиваются практически все предприятия, даже в условиях экономического кризиса. Учет этого фактора требует использования новых подходов к проблемам подготовки персонала для его использования на предприятии, а также к управлению персоналом с точки зрения его квалификации и профессиональных навыков. Это так же один из наиболее значимых факторов, который ускоряет внедрение новых информационных технологий управления персоналом. Внедрение этих технологий не только обеспечивает обычный учет персонала, но и дает возможность проводить оценку кадрового потенциала работников, организовывать обучение и переобучение работников, готовить и реализовывать программу набора работников. При этом реализация этих мероприятий на основе современных информационных технологий не потребуют существенного изменения штата кадровой службы предприятия, потребуются лишь специальные программные продукты.

Современные экономические условия характеризуются обострением конкуренции между предприятиями. Это означает минимизацию всех видов затрат на производство продукции или услуг, в том числе и затрат на управление предприятием и его кадрами. Это так же важнейший фактор ускорения широкого внедрения информационных технологий управления персоналом. Современные информационные технологии дают возможность значительного сокращения численности управленческого аппарата предприятия, и в частности, его кадровой службы, обеспечивая при этом более эффективное управление.

Конкуренция требует постоянного улучшения качества производимой продукции и особенно услуг, формируя, в связи с этим, новые требования и подходы к управлению персоналом предприятия, что так же является одним из факторов ускорения внедрения информационных технологий управления персоналом. Кроме того такие технологии дают возможность управления с обратной связью, в реальном масштабе времени. Они позволяют значительно повысить производительность и эффективности труда.

Важной особенностью внедрения информационных технологий управления является единовременность затрат, что в свою

очередь так же является фактором ускоряющим внедрение информационных технологий управления персоналом. В основном, эти затраты связаны с приобретением оборудования и программных продуктов на этапе внедрения. Сам же процесс использования информационных технологий не требуют значительных затрат. Текущие затраты определяются лишь зарплатой специалистов использующих эти программные продукты и стоимостью обновлений программ. Использование же информационных технологий в свою очередь приносит вполне конкретные финансовые результаты в виде экономии затрачиваемых в процессе деятельности денежных средств и получение дополнительных доходов благодаря более эффективному и рациональному использованию трудовых ресурсов предприятия.

Прогнозируемое снижение цен на информационные технологии управления персоналом, увеличение числа предложений и расширение возможностей предлагаемых программных продуктов, упрощение их адаптации под конкретные особенности и требования предприятия так же станет важным фактором расширения круга предприятий внедряющих новые информационные технологии управления персоналом.

Мы рассмотрели факторы, ускоряющие внедрение новых информационных технологий и расширяющие круг предприятий их использующих. Но существуют и факторы обратного влияния, роль которых негативна с точки зрения внедрения новых технологий управления персоналом. Рассмотрим эти негативные факторы.

Одним из основных негативных факторов настоящего времени является общий недостаток всех существующих программ управления персоналом - их непригодность и нецелесообразность использования в организациях с небольшим числом работников. Широко известные программные продукты, такие как «БОСС-Кадровик», «ИНЭК-Персонал», «Галактика ERP: Контур управление персоналом» практически целесообразно использовать в организациях с численностью не менее чем 300-500 человек [2]. Фразу «непригодность» мы будем понимать в том смысле, что существующие программные продукты имеют достаточно высокую стоимость, не принимаем во внимание наиболее примитивный вариант программы управления персоналом «1С: Зарплата и Управление Персоналом», которая делает нерентабельным их внедрение на небольших предприятиях. Хотя именно предприятия с небольшим числом работников наиболее всего заинтересованы во внедрении

информационных технологий управления персоналом. Внедрение этих технологий позволит небольшим предприятиям иметь полноценную кадровую службу, при ее минимальной численности. Это может быть всего один сотрудник, который чаще всего, выполняет и другие функциональные обязанности на рассматриваемом предприятии. Следует заметить, что этот негативный фактор в ближайшее время будет устранен благодаря наметившемуся интересу крупных производителей программных продуктов к проблемам разработки программ управления персоналом для предприятий с небольшим числом работников, которые имели бы приемлемую стоимость.

Вторым негативным фактором является отсутствие в современной периодической и монографической литературе должного внимания к проблемам управления персоналом с точки зрения информационных технологий, особенно с учетом новых открывающихся возможностей. Основная масса периодических публикаций и монографий рассматривает использование информационных технологий лишь для электронного учета кадров организации, вводя компьютер вместо традиционной картотеки или как подраздел «IC: Бухгалтерия» упрощая процесс расчета заработной платы работников. Хотя такие современные технологии управления персоналом, как отбор и выбор претендентов на работу, оценка кадрового и профессионального потенциала, проблема профессиональной адаптации, обучения и переобучения, подготовка кадрового резерва, аттестация, контроль профессиональных знаний и навыков, повышение квалификации, освоение новых технологий работы, переобучение и переподготовка, создание эффективных стимулирующих условий, создание корпоративной культуры требуют своей реализации в виде программных продуктов на основе современных информационных технологий. Следует отметить, что приведенный список кадровых технологий не только не является исчерпывающим, но и имеет постоянную тенденцию к расширению.

В этой статье сделана попытка рассмотреть проблему условий внедрения новых информационных технологий как с точки зрения расширения круга задач решаемых кадровой службой предприятия и используемых при этом кадровых технологий, так и с точки зрения расширения круга организаций заинтересованных в этом внедрении. Так же рассматриваются проблемы, на решение которых должны быть направлены усилия разработчиков программных продуктов,

предназначенных для использования кадровыми службами предприятий.

Использование информационных технологий в кадровой службе предприятия по своей сути означают коренной пересмотр и изменение роли кадровой службы в деятельности предприятия. В настоящее время общепризнано – экономическая эффективность любого предприятия определяется двумя основными элементами: наличием современной технологии вместе со средствами ее реализации (оборудование, сырье) и эффективно работающего персонала. Поэтому кадровые службы в современной организации перестали быть вспомогательным подразделением, которое ведет учет персонала. Кадровая служба современного предприятия представляет собой достаточно сложно организованную структуру, которая обеспечивает наличие у предприятия одного из основных элементов успешного функционирования – оптимально подобранный, оцененный, адаптированный и подготовленный персонал. Можно ввести более общее определение совокупности задач, решаемых кадровой службой современного предприятия – управление человеческими ресурсами.

Рассмотрим известные технологии кадровой службы с точки зрения возможности и необходимости использования информационных технологий при их реализации. Мы не будем рассматривать такие технологии кадровой службы как учет кадров предприятия, кадровое делопроизводство, расчет рабочего времени и заработной платы. Здесь внедрение информационных технологий очевидно и уже реализовано в широко используемой программе «1С: Зарплата и Управление Персоналом». Следует отметить, что даже простейшая автоматизация кадровой работы с помощью программы «1С: Зарплата и Управление Персоналом» позволяет наладить кадровый учет и соблюдать принцип контрактной системы труда при сложной организационной структуре организации, организовать работу с архивной документацией, обеспечить должную гибкость при ведении документооборота, учитывать изменение в законодательстве. Можно сделать вывод, что внедрение в практику работы предприятия программы «1С: Зарплата и Управление Персоналом» и результаты ее использования явятся стимулом к внедрению новых информационных технологий кадровой работы, которые должны будут появляться на рынке в ближайшее время.

Первыми в нашем анализе должны стоять кадровые технологии, связанные с отбором претендентов, их оценкой, выбором. Эти технологии, на разном уровне реализации, в неявном виде использовались во все времена, при приеме на работу. Специальные знания, опыт, интуиция работника отдела кадров, определяли выбор из претендентов на должность. Развитие социологии, прикладной психологии позволили сформулировать алгоритмы технологий отбора, оценки и выбора претендентов на работу. Существует достаточно большое число публикаций, подробно и всесторонне рассматривающих эти вопросы, разработаны методики оценки, системы тестов и способы их обработки. Отметим, что реализация этих технологий в полном объеме, требует значительных временных и материальных затрат. Сбор информации, собеседование, тестирование, проверка профпригодности, анализ полученной информации достаточно трудоемкие процедуры. Кроме того, человек обрабатывающий «вручную» полученные данные способен сделать только субъективный вывод, возможно совершая, неверный или не оптимальный выбор. Отметим, что современные тенденции развития социологии, психологии, их многочисленных приложений, которые могут быть использованы в кадровой работе, достаточно просто могут быть представлены и оформлены в виде программ, использование которых не представляет особых трудностей. В качестве примера можно привести технологии компьютерного тестирования, оценки уровня знаний и так далее. Но использование подобных программ в работе кадровой службы чаще всего невозможно. Это связано с различием целей исследователя (психолога, социолога) и работника кадровой службы. Первого интересует тенденции в поведении исследуемой группы или отдельного человека, его личностные характеристики. Кадровику важно лишь, стоит ли принимать этого конкретного кандидата на работу или нет, и в каком качестве его целесообразно использовать, естественно с учетом их общеличностных положительных характеристик, и насколько он лучше претендента. Поэтому необходимо создание специализированных программных продуктов, использование которых обеспечивало бы проведение объективного отбора претендентов, их оценку и выбор. Причем программы, должны учитывать рассмотренные выше особенности небольших по численности предприятий.

Существует точка зрения, что разработка таких программных продуктов нецелесообразна, так как все большее число небольших по численности организаций будет использовать для формирования своего штата работников специализированные кадровые агентства. Эти агентства в своей работе могут пользоваться уже существующими дорогостоящими программными продуктами для предприятий с большой численностью, которые не могут позволить себе небольшие и средние предприятия.

Попробуем доказать ошибочность этой точки зрения. Как показывает и мировой, и Российский опыт работы предприятий с кадровыми агентствами, последние способны производить только первоначальный отбор претендентов, а окончательный отбор все равно остается за службой кадров предприятий. Кадровые агентства обеспечивают отличный подбор работников низкой и средней квалификации. Отметим так же, что услуги кадровых агентств достаточно дороги, причем заплатив предприятие может и не получить работников требуемого уровня подготовки и квалификации. Кроме того, кадровые агентства подбирают не личность, которая сможет адаптироваться в трудовом коллективе, и имеющую определенную квалификацию, а нуждающегося в трудоустройстве человека с определенной квалификацией. И нет никакой гарантии, что если принять на работу в небольшое предприятие претендента направленного кадровым агентством, без дополнительного отбора на предприятии учитывающего все особенностей предприятия, что ассимиляция нового работника в трудовой коллектив пройдет безболезненно. Понятно, что дополнительный отбор претендентов на предприятие обязательно необходим и это подтверждается фактическим состоянием сотрудничества предприятий с кадровыми агентствами. Можно утверждать, что такой дополнительный отбор так же проще было бы проводить, используя специальные компьютерные программы. Поэтому разработка программных продуктов обеспечивающих отбор, оценку и выбор целесообразна и наверняка эти программы, при приемлемых ценах, будут востребованы предприятиями.

Было бы целесообразно, чтобы разработанные программы допускали настройку под конкретные требования и особенности предприятия, учитывали бы специфику его деятельности. Задачи, решаемые этой группой программ достаточно сложны, результаты проведенных оценок, например кадрового или квалификационного

потенциала, будут основой для последующих взаимодействий кадровой службы предприятия с работником, а именно планирование карьерного роста, обучение, переподготовка и так далее.

Следующая в нашем анализе группа кадровых технологий связанная с контроллингом и аудитом персонала. Это сравнительно новые технологии, направленные на повышение эффективности использования трудовых ресурсов предприятия. Эти технологии в отличие от широко используемой ранее аттестации работников отличаются комплексностью проводимого исследования. Рассматривается не только работник, но и структуры организации, обеспечивающие его функционирование, организация рабочего места, коммуникаций, система оплаты и оценки труда. Результаты исследований являются основой для создания программ развития и реорганизации предприятия [1]. Очевидно, данные технологии являются достаточно сложными в своей реализации. Кроме того, они, в настоящее время постоянно дорабатываются и совершенствуются. Поэтому программных продуктов контроллинга и аудита персонала на рынке практически нет. Но, учитывая факторы, ускоряющие внедрение информационных технологий в кадровую работу, в ближайшее время следует ожидать появления таких программ. Программы эти, по всей видимости, должны иметь два уровня.

Первый, для использования непосредственно специалистами кадровой службы предприятия. Программы должны быть пригодны для настройки по параметрам и особенностям предприятия, иметь невысокую стоимость и быть достаточно просты для освоения специалистами кадровой службы. Немаловажным будет условие возможного обновления программ, их преемственность. Вообще опыт использования специальных прикладных программных продуктов показывает, что для перехода пользователя к новым видам программ необходим достаточно сильный стимул, например, в виде принципиально новых возможностей, чаще вместо нового вида программы пользователь удовлетворяется обновленной версией старой программы. Результаты исследования, проведенного контроллинга и аудита персонала, должны иметь вид конкретных рекомендаций, выполнение которых позволит иметь сбалансированные трудовые ресурсы и оргструктуру для их эффективного использования. Это могут быть, например, рекомендации по кадровым перестановкам, заменам, сокращениям, изменению структуры подчиненности, отчетности, изменения рабочих мест и многое другое. Понятно, что

это рекомендации, а не руководство к действию. Решения о претворении рекомендаций в жизнь на каждом предприятии принимаются исходя из существующей иерархии и структуре управления. Так же, исходя из конкретных особенностей предприятия, определяется периодичность проводимых исследований, глубина и ширина охвата этими исследованиями предприятия. Автору статьи эта группа программ представляется достаточно интересной для разработки ввиду значительного потенциального интереса со стороны большого числа небольших предприятий экономически заинтересованных в оптимизации своих трудовых ресурсов и их оптимальном использовании.

Программы контроллинга и кадрового аудита второго уровня должны быть предназначены для использования предприятиями, специализирующимися на проведении контроллинга и кадрового аудита. Сегодня число таких предприятий на рынке невелико, но можно спрогнозировать рост их числа в самое ближайшее время, особенно если будут появляться специализированные программы контроллинга и кадрового аудита. Использование этих программ требует серьезной подготовительной работы, сбор информации о предприятии, введение этой информации в программу, обработка, анализ результатов, формулировка результатов исследования в виде предложений и рекомендаций. Как правило, такие исследования заказывают крупные предприятия, собственники которых отчуждены от непосредственного руководства предприятиями, но заинтересованы в экономических результатах. Поэтому такие исследования заказываются специализированным предприятиям, способным дать объективную оценку и выверенные рекомендации. Можно предположить, что разработчиками программ второго уровня будут сами пользователи этих программ – те самые специализированные предприятия, адаптируя и настраивая эти программы под конкретные исследуемые предприятия. Алгоритм самих исследований, используемые методики и технологии так же могут меняться, сообразно с новыми достижениями в этой области, что в свою очередь будет приводить к изменению и совершенствованию программных продуктов для проведения контроллинга и кадрового аудита.

Возможно, что программы второго уровня, в какой то момент, могут стать предметом интереса кадровых служб предприятий, особенно тех, которые в состоянии самостоятельно проводить контроллинг и аудит персонала. Скорее всего, к таким потенциальным

потребителям программ второго уровня следует отнести предприятия с большим числом работников и высокими требованиями к качеству трудовых ресурсов.

Далее рассмотрим группу кадровых технологий связанную с планированием, подготовкой и адаптацией персонала. Эти технологии имеют особое значение при разработке планов развития предприятия, изменении профиля деятельности, изменении внешних экономических условий, создании новых предприятий или филиалов. Грамотное и научно обоснованное планирование персонала является фундаментом будущей эффективной и рентабельной работы предприятия. Составление бизнес-планов в настоящее время невозможно без раздела связанного с планированием персонала. Существующие в настоящее время программы позволяют проводить оценочный расчет и планирование персонала. Недостатком этих программ является то, что они вложены в программы управления персоналом крупных организаций и не подходят для планирования персонала небольших предприятий. Поэтому в ближайшее время на рынке следует ожидать появления в программных продуктах управления персоналом небольших предприятий частей, связанных с планированием персонала.

Программы подготовки и адаптации персонала должны учитывать особенности производства на предприятии. Поэтому разработка и распространение программ подготовки персонала будет происходить по двум направлениям. Крупные предприятия будут сами заказывать или разрабатывать такие программы. Небольшие организации, скорее всего, будут приобретать такие программные продукты у специализированных предприятий, например у кадровых агентств. С последующей их настройкой под особенности своей организации.

Следует отметить, что программы облегчающие адаптацию работника новым условиям или месту работы являются новинкой рынка программных продуктов для управления персоналом. Их появление обусловлено несколькими обстоятельствами. Основное и первое обстоятельство – растущий дефицит квалифицированной рабочей силы. Особенно это касается работы операторов, диспетчеров, то есть профессий, в которых кроме профессиональных навыков требуется еще и определенный опыт. Если раньше специалистов по этим профессиям отбирали, готовили, имели значительный кадровый резерв, то современные экономические условия не дают ни широкого

выбора достойных претендентов, ни времени на их подготовку и стажировку. Требуется адаптировать специалистов за минимальные деньги, за минимальный временной отрезок. Поэтому программы адаптации и приобретают такое значение. В разряд адаптационных программ входят различные имитаторы, симуляторы, компьютерные тренажеры и тому подобное. За рубежом многие фирмы занимающиеся разработкой серьезных программных продуктов занимаются, в том числе и разработкой адаптационных программ, считая это перспективным и экономически выгодным. Имея достаточно высокую стоимость в своем базовом варианте, они еще требуют и адаптацию под конкретные особенности рабочего места. Но высокая стоимость адаптационных программ все равно меньше стоимости содержания кадрового резерва или подготовки специалиста по старой технологии. Поэтому эти программы всегда находят своего потребителя.

И, наконец, последняя группа кадровых технологий связанная с коммуникациями, корпоративной культурой, нематериальным стимулированием. Эта группа программ является не основной, но ее использование выводит как кадровую службу, так и само предприятие на новый уровень культуры производства. Наличие компьютерных сетей внутри фирмы и программ, ответственных за коммуникации, корпоративную культуру позволяет быстро и просто отслеживать все возможные изменения у сотрудников, как в личной, так и производственной жизни. Организуя определенную реакцию и необходимое внимание, как со стороны руководства фирмы, так и со стороны других сотрудников. Все это обеспечивает определенное нематериальное стимулирование и должный уровень корпоративной культуры. Эти программные продукты не относятся к разряду дорогостоящих, легко внедряются и настраиваются под особенности предприятия и его трудового коллектива.

Список литературы:

1. Аудит и контроллинг персонала: Учебник / Ю.Г.Одегов, Т.В.Никонова. — М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2006.
2. Системы управления персоналом (HRMS) в России в 2009. —/58715.

ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И МЕТОДИКИ РАЗРАБОТКИ

Власова К. Э.

Студентка магистратуры СибГАУ, г.Красноярск

E-mail: vlasova.87@inbox.ru

Кырова Е. В.

Канд. эконом. наук, СибГАУ, г.Красноярск

Необходимость финансового планирования была осознана за последние десять лет большинством руководителей предприятий, однако, внедрение только оперативных и краткосрочных финансовых планов не приводило к желаемым результатам.

Финансовая стратегия – представляет собой долговременный курс целенаправленного управления финансами для достижения общеорганизационных стратегических целей.

Процесс разработки финансовой стратегии определяет необходимость формирования специфических финансовых целей долгосрочного развития предприятия. Цели финансового развития предприятия должны обеспечивать реализацию миссии и целей корпоративной его стратегии, с одной стороны, и поддерживать цели других функциональных стратегий и стратегий хозяйственных единиц, с другой.

Стратегические цели финансовой деятельности предприятия представляют собой описанные в формализованном виде желаемые параметры его конечной стратегической финансовой позиции, позволяющие направлять эту деятельность в долгосрочной перспективе и оценивать её результаты.[1]

Обычно организация имеет не одну, а несколько стратегий, несколько уровней каждой стратегии, что подразумевает их взаимосвязь и подчинение. Выделяют три уровня стратегии предприятия: - корпоративная, деловая и функциональная, а также виды самой финансовой стратегии. Выбор того или иного вида финансовой стратегии, зависит от прогнозных расчетов, интуиции, опыта и здравого смысла руководителя, а также от факторов внешней и внутренней среды. Правильная оценка последних важна не только на первом этапе разработки стратегии, но и на последующих стадиях, так как применение отдельных элементов финансовой стратегии носит ситуационный характер: конкретные факторы, включая социально-

экономические и политические, определяют выбор той или иной их комбинации в различных вариантах.

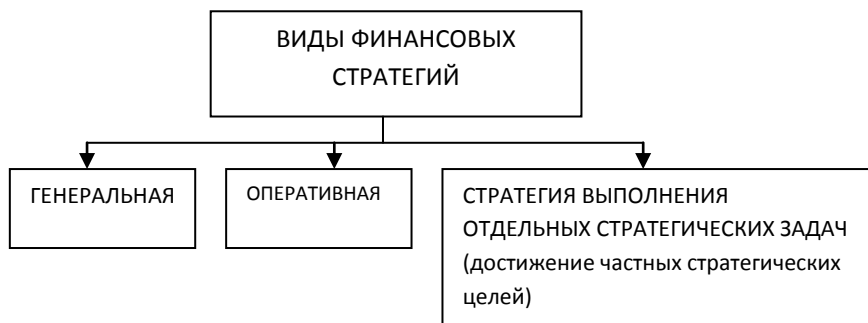


Рис.1. Виды финансовой стратегии

Генеральной финансовой стратегией называют финансовую стратегию, определяющую деятельность предприятия. Например, взаимоотношения с бюджетами всех уровней, образование и использование дохода предприятия, потребности в финансовых ресурсах и источниках их формирования на год.

Оперативная финансовая стратегия - это стратегия текущего маневрирования финансовыми ресурсами, т.е. стратегия контроля за расходованием средств и мобилизацией внутренних резервов, что особенно актуально в современных условиях экономической нестабильности; разрабатывается на квартал, месяц. Оперативная финансовая стратегия охватывает:

- валовые доходы и поступления средств: расчеты с покупателями за проданную продукцию, поступления по кредитным операциям, доходы по ценным бумагам;
- валовые расходы: платежи поставщикам, заработная плата, погашение обязательств перед бюджетами всех уровней и банками.

Такой подход создает возможность предусмотреть все предстоящие в планируемый период обороты по денежным поступлениям и расходам. Нормальным положением считается равенство расходов и доходов или небольшое превышение доходов над расходами.

Оперативная финансовая стратегия разрабатывается в рамках генеральной финансовой стратегии, детализирует ее на конкретном промежутке времени.

Стратегия достижения частных целей заключается в умелом исполнении финансовых операций, направленных на обеспечение реализации главной стратегической цели.

Финансовая стратегия предприятия охватывает все стороны деятельности предприятия, в том числе оптимизацию основных и оборотных средств, распределение прибыли, безналичные расчеты, налоговую и ценовую политику, политику в области ценных бумаг и др.

Финансовая стратегия необходима еще и потому, что обеспечивает соответствие финансово-экономических возможностей предприятия условиям, сложившимся на рынке продукции, учитывает финансовые возможности предприятия и рассматривая характер внутренних и внешних факторов. В противном случае предприятие может понести большие убытки и обанкротиться.

При разработке финансовой стратегии нужно учитывать динамику макроэкономических процессов, тенденций развития отечественных финансовых рынков, возможностей диверсификации деятельности предприятия.

Финансовая стратегия, главной задачей которой является достижение полной самокупаемости и независимости предприятия, строится на определенных принципах организации и включает в себя следующее:

- текущее и перспективное финансовое планирование, определяющее на перспективу все поступления денежных средств предприятия и основные направления их расходования;

- централизацию финансовых ресурсов, их концентрацию на основных направлениях производственно-хозяйственной деятельности и формирование финансовых резервов, обеспечивающих устойчивую работу предприятия в условиях возможных колебаний рыночной конъюнктуры;

- безусловное выполнение финансовых обязательств перед партнерами и разработку учетно-финансовой и амортизационной политики предприятия;

- организацию и ведение финансового учета, составление финансовой отчетности предприятия и сегментов деятельности на основе действующих стандартов;

- финансовый анализ и финансовый контроль деятельности предприятия и его сегментов (приоритетных хозяйственных и географических сегментов, прочих сегментов в составе нераспределенных статей);

Охватывая все формы финансовой деятельности предприятия, а именно: оптимизацию основных и оборотных средств, формирование и распределение прибыли, денежные расчеты и инвестиционную политику, финансовая стратегия исследует объективные экономические закономерности рыночных отношений, разрабатывает формы и способы выживания и развития при новых условиях.

Финансовая стратегия включает в себя методы и практику формирования финансовых ресурсов, их планирование и обеспечение финансовой стойкости предприятия. Всесторонне учитывая финансовые возможности предприятий, объективно оценивая характер внешних и внутренних факторов, финансовая стратегия обеспечивает соответствие финансово-экономических возможностей предприятия условиям, сложившимся на рынке. Финансовая стратегия предусматривает определение долгосрочных целей финансовой деятельности и выбор наиболее эффективных способов их достижения. Цели финансовой стратегии должны подчиняться общей стратегии экономического развития и направляться на максимизацию прибыли и рыночной стоимости предприятия.

На основании финансовой стратегии определяется финансовая политика предприятия. Целью разработки финансовой политики предприятия является построение эффективной системы управления финансами, направленной на достижение стратегических и тактических целей предприятия. На рис.2 представлены основные направления финансовой политики.[2]

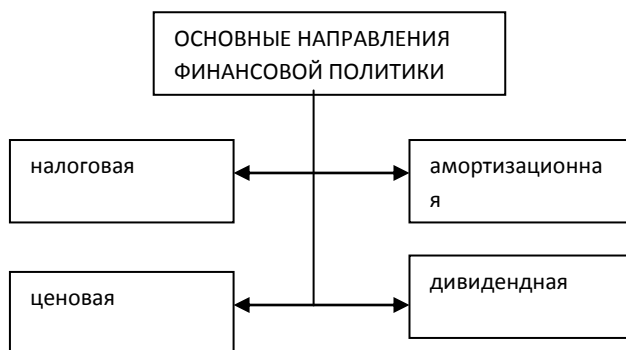


Рис.2. Основные направления финансовой политики предприятия.

Под налоговой политикой следует понимать документ, отличный от учетной политики для целей налогообложения, куда учетная политика входит как один из составных элементов. Налоговая политика, в свою очередь, является частью экономической политики предприятия. В ней фиксируется технология процесса налогового регулирования и порядок взаимодействия всех участников процесса. Там же раскрываются регламент функционирования налоговой политики. В качестве основных механизмов налоговой политики следует использовать учетную политику предприятия и методы ситуационного и балансового налогового планирования.

Ценовая политика представляет собой совокупность мероприятий и стратегий, которые использует предприятие при установлении цен на реализуемую продукцию. При выработке ценовой политики учитываются издержки производства, цены конкурентов, конъюнктура рынка, затраты на рекламу и стимулирование сбыта и т.д.

Выбор амортизационной политики имеет большое значение в финансовой политике предприятия. В соответствии с действующим законодательством предприятие вправе применять ускоренную амортизацию, т. е. ускоренно накапливать средства на замену оборудования, в то же время увеличивая издержки (себестоимость продукции). Предприятие имеет также право проводить переоценку

основных фондов, определять способ расчета амортизационных отчислений.

Дивидендная политика предприятия разрабатывается в акционерных обществах, производственных кооперативах, потребительских обществах. При ее выборе необходимо иметь в виду следующие обстоятельства:

- выплата дивидендов обеспечивает защиту интересов членов акционерных обществ и кооперативов;
- высокая выплата дивидендов сокращает долю прибыли, направляемой на развитие организации.

При разработке финансовой политики следует оценить преимущества и недостатки дивидендов, найти оптимальный вариант выплаты дивидендов, учесть затраты на перспективное развитие предприятия.

В процессе разработки финансовой стратегии особое внимание отводится производству конкурентоспособной продукции, мобилизации внутренних ресурсов, максимальному снижению себестоимости продукции, формированию и распределению прибыли, эффективному использованию капитала и т. п.

Формирование и реализация финансовой стратегии как основы финансового планирования предприятия базируются на использовании инструментов:

- финансового управления- финансовый анализ, бюджетирование, финансовый контроль;
- рынка финансовых услуг - факторинг, страхование, лизинг.

Финансовое планирование определяет важнейшие показатели, пропорции и темпы расширенного воспроизведения и является основной формой реализации главных целей предприятия. Перспективное планирование является важной частью финансовой стратегии предприятия и включает в себя разработку и прогнозирование его финансовой деятельности.

В условиях рыночной экономики возникает объективная необходимость выявления тенденций развития финансового состояния и перспективных финансовых возможностей предприятия.

Основой любых финансовых расчетов, финансового анализа, финансового стратегического и текущего планирования являются данные финансовой отчетности, основой которой, в свою очередь, являются данные финансового учета, более известного в нашей стране как бухгалтерский учет. Задача учета- точное выявление финансовых

результатов деятельности предприятия за определенный отрезок времени и на определенную дату. Поскольку законодательно установлено составление и представление квартальной отчетности нарастающим итогом с начала года, что больше соответствует целям контроля, а не управления деятельностью предприятия, то все больше надежд в настоящее время возлагается на так называемый управленческий учет, который оперативно должен обслуживать цели экономического управления деятельностью предприятия.

Проблема выбора финансовой стратегии деятельности предприятия является актуальной в связи с необходимостью принятия решений в рыночных условиях. Здесь основное внимание отводится оценке текущего состояния субъекта хозяйственной деятельности. Приоритетными в данном направлении исследований являются обоснованный прогноз направлений развития предприятия, выработка конкретных рекомендаций для недопущения возможных ошибок и просчетов и констатирование фактического состояния дел. Прежде всего, нужно определить финансовую стратегию деятельности, как рекомендацию относительного изменения финансово-хозяйственного состояния в долгосрочной перспективе на базе количественных характеристик фактического финансово-хозяйственного состояния в текущем и последующих периодах.

Список литературы:

1. Бланк, И. А. Финансовая стратегия предприятия / И. А. Бланк. - Киев: Эльга, Ника- Центр, 2004. - 720 с.
2. Горицкая, Н. Г. Финансовая стратегия / Н. Г. Горицкая // Финансовый директор. - 2005. - № 11. - с. 74-79

ЛИНЕЙНАЯ МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ПАКЕТА РЕАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Гордуновский В.М.

*Канд. техн. наук, доцент МГИМО (Университет) МИД
России, г. Москва*

Самохвалов С.Ю.

*Доцент МГИМО (Университет) МИД России, г. Москва
E-mail: gordunovski@rambler.ru*

Одной из главных составляющих процесса анализа инвестиционных проектов является анализ их коммерческой

эффективности. На основе построения математической модели пакета предполагаемых инвестиций и применении критериев эффективности, использующих дисконтированные денежные потоки, рассматривается метод оптимизации пакета реальных инвестиций [1]. Исходными данными математической модели являются: денежный поток C_{it} , где i – номер инвестиционного проекта (изменяется от 1 до m), t – интервал времени (изменяется от 0 до T), r – ставка процента. Для построения математической модели обозначим неизвестные. За x_i примем долю финансового участия компании-инвестора в финансировании i -го проекта ($0 \leq x_i \leq 1$). Среди критериев эффективности пакета реальных инвестиций доминирующую роль играют следующие:

- 1) Сумма дисконтированных чистых поступлений NPV :

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \geq npv_p, \text{ где } npv_p - \text{ предельная сумма}$$

дисконтированных чистых поступлений;

- 2) Внутренняя норма доходности IRR :

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+cc)^t} \geq 0, \text{ где } cc - \text{ средневзвешенная стоимость}$$

капитала;

- 3) Индекс рентабельности PI :

$$\frac{\sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} \geq 0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t}}{\sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} < 0}^T \frac{|c_{it} x_i|}{(1+r)^t}} \geq pi_p, \text{ где } pi_p - \text{ предельное значение}$$

индекса рентабельности;

- 4) Дисконтный срок окупаемости DPP :

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^{dpp_p} \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \geq 0, \text{ где } dpp_p - \text{ предельное значение срока}$$

окупаемости.

- 5) Сумма наращенных чистых поступлений NTV :

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T (1+r)^{T-t} c_{it} x_i \geq ntv_p, \text{ где } ntv_p - \text{ предельная сумма}$$

наращенных чистых поступлений;

б) Модифицированная внутренняя норма доходности *MIRR* (применяется в тех случаях, когда в пакете из m рассматриваемых инвестиций, присутствуют проекты с неординарными денежными потоками):

$$\frac{\sqrt[T]{\sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} \geq 0}^T (1+cc)^{T-t} c_{it} x_i}}{\sqrt[T]{\sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} < 0}^T \frac{|c_{it}| x_i}{(1+cc)^t}}} \geq 1+cc \text{ (} cc - \text{ средневзвешенная}$$

стоимость капитала).

Для построения оптимизационной задачи возьмём один из критериев в качестве целевой функции, а остальные в виде ограничений. Так, если *NPV* – целевая функция, то с учётом ограничений по сумме инвестиций по периодам t (обозначим b_t - предельные суммы инвестиций по периодам t) получим следующую линейную модель формирования оптимального пакета инвестиций.

Целевая функция:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \rightarrow \max .$$

Ограничение по внутренней норме доходности:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+cc)^t} \geq 0 .$$

Ограничение по индексу рентабельности:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} \geq 0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} + pi_p \sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} < 0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \geq 0 .$$

Ограничение по дисконтному сроку окупаемости:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^{dpp_p} \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \geq 0 .$$

Ограничение по сумме наращенных чистых поступлений:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T (1+r)^{T-t} c_{it} x_i \geq npv_p.$$

Ограничение по модифицированной внутренней норме доходности

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} \geq 0}^T (1+cc)^{T-t} c_{it} x_i + (1+cc)^T \sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} < 0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+cc)^t} \geq 0$$

Ограничения максимальных сумм инвестиций по периодам:

$$- \sum_{i=1, C_{it} \geq 0}^m \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} - \sum_{i=1, C_{it} < 0}^m \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \leq b_t.$$

Долевые условия:

$$x_i \geq 0; x_i \leq 1; i = 1, \dots, m.$$

Если в качестве целевой функции выбран индекс рентабельности (нелинейная функция), то задача приводится к линейной путём введения новых переменных:

$$z_0 = \frac{1}{\sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} < 0}^T \frac{|c_{it}| x_i}{(1+r)^t}}; z_i = z_0 x_i$$

После подстановки переменных z_0, z_i вместо x_i получаем линейную задачу оптимизации пакета реальных инвестиций по критерию максимума индекса рентабельности.

Целевая функция:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} \geq 0}^T \frac{c_{it} z_i}{(1+r)^t} \rightarrow \max.$$

Ограничение по сумме дисконтированных чистых поступлений:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T \frac{c_{it} z_i}{(1+r)^t} - (npv_p) z_0 \geq 0.$$

Ограничение по внутренней норме доходности:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T \frac{c_{it} z_i}{(1+cc)^t} \geq 0.$$

Ограничение по дисконтному сроку окупаемости:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^{dpp_p} \frac{c_{it} z_i}{(1+r)^t} \geq 0.$$

Ограничение по сумме наращенных чистых поступлений:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T (1+r)^{T-t} c_{it} z_i - (ntv_p) z_0 \geq 0.$$

Ограничение по модифицированной внутренней норме доходности

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} \geq 0}^T (1+cc)^{T-t} c_{it} z_i + (1+cc)^T \sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} < 0}^T \frac{c_{it} z_i}{(1+cc)^t} \geq 0$$

Ограничения максимальных сумм инвестиций по периодам:

$$- \sum_{i=1, C_{it} \geq 0}^m \frac{c_{it} z_i}{(1+r)^t} - \sum_{i=1, C_{it} < 0}^m \frac{c_{it} z_i}{(1+r)^t} - b_t z_0 \leq 0.$$

Зависимость, связывающая переменные z_i между собой:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} < 0}^T \frac{|c_{it}| z_i}{(1+r)^t} = 1.$$

Долевые условия:

$$z_0 \geq 0; z_i \geq 0; z_i \leq z_0; i = 1, \dots, m.$$

После определения оптимальных значений z_i и z_0 доли участия в инвестиционных проектах x_i вычисляются по формулам

$$x_i = \frac{z_i}{z_0}, i=1, \dots, m.$$

Линейная модель с внутренней нормой доходности в качестве целевой функции имеет вид:

Целевая функция:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+cc)^t} \rightarrow \max.$$

Ограничение по сумме дисконтированных чистых поступлений:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \geq npv_p.$$

Ограничение по индексу рентабельности:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} \geq 0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} + pi_p \sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} < 0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \geq 0.$$

Ограничение по дисконтному сроку окупаемости:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^{dpp_p} \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \geq 0.$$

Ограничение по сумме наращенных чистых поступлений:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T (1+r)^{T-t} c_{it} x_i \geq ntvp_p.$$

Ограничение по модифицированной внутренней норме доходности

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} \geq 0}^T (1+cc)^{T-t} c_{it} x_i + (1+cc)^T \sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} < 0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+cc)^t} \geq 0$$

Ограничения максимальных сумм инвестиций по периодам:

$$- \sum_{i=1, C_{it} \geq 0}^m \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} - \sum_{i=1, C_{it} < 0}^m \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \leq b_t.$$

Долевые условия:

$$x_i \geq 0; x_i \leq 1; i = 1, \dots, m.$$

При оптимизации по критерию суммы наращенных чистых поступлений математическая модель имеет следующий вид:

Целевая функция:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T (1+r)^{T-t} c_{it} x_i \rightarrow \max.$$

Ограничение по сумме дисконтированных чистых поступлений:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \geq npv_p.$$

Ограничение по внутренней норме доходности:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+cc)^t} \geq 0.$$

Ограничение по индексу рентабельности:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} \geq 0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} + pi_p \sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} < 0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \geq 0.$$

Ограничение по дисконтному сроку окупаемости:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^{dpp_p} \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \geq 0.$$

Ограничение по модифицированной внутренней норме доходности

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} \geq 0}^T (1+cc)^{T-t} c_{it} x_i + (1+cc)^T \sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} < 0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+cc)^t} \geq 0$$

Ограничения максимальных сумм инвестиций по периодам:

$$- \sum_{i=1, C_{it} \geq 0}^m \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} - \sum_{i=1, C_{it} < 0}^m \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \leq b_t.$$

Долевые условия:

$$x_i \geq 0; x_i \leq 1; i = 1, \dots, m.$$

Если в качестве целевой функции взять модифицированную внутреннюю норму доходности, то получим следующую задачу:

Целевая функция:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} \geq 0}^T (1+cc)^{T-t} c_{it} x_i + (1+cc)^T \sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_{it} < 0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+cc)^t} \rightarrow \max.$$

Ограничение по сумме дисконтированных чистых поступлений:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \geq npv_p.$$

Ограничение по внутренней норме доходности:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+cc)^t} \geq 0.$$

Ограничение по индексу рентабельности:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_i \geq 0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} + pi_p \sum_{i=1}^m \sum_{t=0, C_i < 0}^T \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \geq 0.$$

Ограничение по дисконтному сроку окупаемости:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^{dpp_p} \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \geq 0.$$

Ограничение по сумме наращенных чистых поступлений:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{t=0}^T (1+r)^{T-t} c_{it} x_i \geq ntvp_p.$$

Ограничения максимальных сумм инвестиций по периодам:

$$- \sum_{i=1, C_i \geq 0}^m \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} - \sum_{i=1, C_i < 0}^m \frac{c_{it} x_i}{(1+r)^t} \leq b_t.$$

Долевые условия:

$$x_i \geq 0; x_i \leq 1; i = 1, \dots, m.$$

Задачи оптимизации пакета инвестиций решаются с помощью табличного процессора “Excel”, либо с помощью специальной компьютерной программы ”Оптимум”, разработанной в МГИМО.

Повышению обоснованности принимаемых инвестиционных решений способствуют следующие результаты данной работы. Обобщённая математическая постановка позволяет применить одновременно большое количество критериев эффективности для формирования оптимального пакета инвестиций из множества проектов с заданными денежными потоками. Линейная постановка позволяет для получения оптимального решения ограничиться широко распространёнными алгоритмами линейного программирования.

Список литературы:

1. Российская экономика: пути повышения конкурентоспособности: коллективная монография/Моск. гос. инст-т междунар. отнош. (Университет) МИД России; отв. ред.: А.В.Холопов. -М. : Издательский дом Журналист, 2009. -690 с.

ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ СТОРОНЫ СИСТЕМЫ «ПАРТНЁРСКИЕ ОТНОШЕНИЯ»

Добролюбов И.К.,

Соискатель ИЭ, УрО РАН, г. Екатеринбург

E-mail: sil@lpsnab.perm.ru

В российской и зарубежной практике экономисты рассматривают предприятие, с одной стороны, как имущественный комплекс, включающий активы, а с другой стороны, как систему отношений его участников или заинтересованных сторон. Предприятие, как система социально-экономических отношений характеризуется не только финансовыми, но и нефинансовыми показателями ценности этих отношений. Так, взаимоотношения труда и менеджмента, предприятия и заинтересованных сторон описываются более «мягкими» понятиями, включая партнерство, доверие, удовлетворенность, лояльность или кризис, конфликт, предательство и т.п. [2].

В процессе своей деятельности предприятие должно ориентироваться на интересы всех заинтересованных сторон. «Мы не можем создавать стоимость без хороших отношений с потребителями, персоналом, финансистами, поставщиками, государственными регуляторами, сообществами и т. д.» [10].

Логика RADAR модели совершенства EFQM устанавливает, что совершенные организации должны применять обоснованные подходы для достижения требуемых результатов. При этом подходы должны реализовываться через четкие процессы, ориентированные на нужды заинтересованных сторон [6].

Безусловно, актуальность данной предметной области относится и к нашему объекту исследования «партнёрские отношения». Данная статья направлена на изучение вопросов, связанных с синтезом ключевых признаков партнёрских отношений

(далее ПО) через систему критериев, полученных в результате выявления требований Заинтересованных Сторон (далее ЗС).

Итак, для начала установим следующие **этапы** нашего исследования:

1. Определение системы ПО, как объекта исследования;
2. Формирование структуры ЗС;
3. Определение требований ЗС;
4. Построение ключевых признаков ПО;

Этап №1. Определение системы ПО.

Установим, что под объектом партнерские отношения будем понимать взаимоотношения между двумя юридически независимыми предприятиями, которые обладают необходимыми способностями в управлении партнерскими отношениями, доверяют друг другу, признают, что между ними существует взаимовыгодное партнерство, позволяющее создавать новую общую стоимость и обеспечить удовлетворенность внешнего клиента.

Этап №2. Формирование структуры ЗС.

Для проектирования понятия ПО через систему критериев определим все заинтересованные стороны, которые могут относиться к такому объекту как партнерские отношения. Выделяем четыре группы заинтересованных сторон, каждая из которых имеет определенный интерес, участие или влияние на объект партнерские отношения. (см. рис.№1)

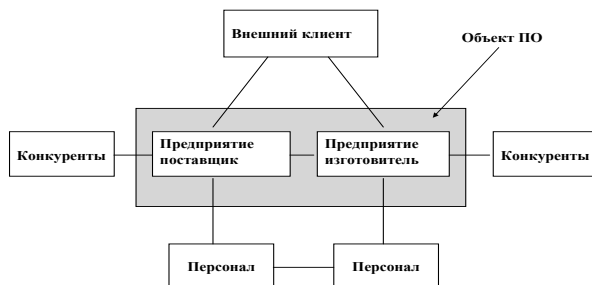


Рис. 1. Структура заинтересованных сторон для объекта ПО.

1 группа - Внешние клиенты. К ним относятся конечные потребители производимого товара или оказываемых услуг. Предприятие- поставщик, находящееся в партнерских отношениях с предприятием – изготовителем, в равной степени должно быть заинтересовано в удовлетворении потребностей конечного потребителя.

Например, компания Mobil North America and Refining, успешно применяющая сбалансированную систему показателей BSC [1] определила ответственность сервисных предприятий за выполнение требований внешних клиентов. «Современный покупатель, куда менее наивный, чем раньше, и более умудренный знаниями о рыночной конъюнктуре, причем в мировом масштабе, хорошо понимает, что на этом поле стоит играть» [11], поэтому важным условием является отношение к внешнему клиенту, как к уважаемому партнеру, выявление его потребностей, при этом необходимо добиваться от него лояльности посредством качественного внимательного обслуживания, учитывая все его требования и пожелания.

Важной отличительной чертой постиндустриализма становится новая экономика предприятия – экономика потребительского «притяжения» в дополнение к индустриальной экономике продуктового «выталкивания». Вместо размещения потребителя в конце стоимостной цепочки он теперь находится в ее начале. А задача постиндустриальных клиентоориентированных компаний – управлять отношениями с активными потребителями [2].

2 группа – Партнеры ПО. К этой группе относятся в равной степени как предприятие-поставщик, так и предприятие-изготовитель, если между ними существуют партнерские отношения.

Если в первой группе мы рассматривали взаимоотношения с позиций конечного потребителя (взаимоотношения B2C), то в этой группе заинтересованной стороной является партнер, а взаимоотношения сосредоточиваются ближе к начальной цепи поставок (взаимоотношения B2B). По сути дела это и есть наш объект партнерских отношений, который предоставляет интерес нашего исследования.

Трудность рассмотрения взаимоотношений B2B состоит в том, что существует такое бесчисленное множество их вариаций, что общий термин «взаимоотношения», которыми они обозначаются,

представляется слишком обобщенным для «конструктивного проникновения в сущность этого феномена» [5].

3 группа – Персонал. На практике партнерские отношения между взаимодействующими сторонами осуществляются их персоналом. Именно взаимодействие работников обеих компаний двигает вперед взаимоотношения, формируя их как на организационном, так и на межличностном уровне. Личные отношения или связи работников обеих компаний могут служить мощным стимулятором прочности и длительности взаимоотношений. А.Палмер отмечает, что как показывает практика личные связи работников помогают снизить риск, который покупатель связывает с приобретением продукта поставщика, а также несомненно облегчает процедуру размещения повторных заказов [12]. Более того, личные отношения работников рождают взаимное доверие партнеров, поскольку позволяют сторонам наблюдать друг друга в неформальной обстановке.

Э. Гумессон рассматривает работников компании как ее внутренних поставщиков и клиентов [8]. Поэтому особую значимость занимают вопросы, связанные с удовлетворением потребности работников, чтобы они, в свою очередь, могли удовлетворять потребности клиентов организации.

С. Гронрус отмечает также, что предприятия, с одной стороны, должны привлекать и удерживать в штате работников, осознающих свою ответственность перед клиентом, а с другой – совершенствовать практику наделения работников полномочиями для наиболее полного удовлетворения нужд клиента [7]. Цель внутреннего маркетинга – способствовать развитию новой культуры, убеждать работников в целесообразности усвоить новое видение и мотивировать их к разработке и применению стратегий партнерских отношений.

4 группа – Конкуренты. К этой группе относятся горизонтальные взаимоотношения с организациями, которые сотрудничают на одном и том же звене цепочки, хотя не обязательно с одного и того звена цепочки. Сотрудничество с конкурентами относится к комплементарным (дополнительным) взаимоотношениям.

Как и вертикальные взаимоотношения, о которых шла речь в второй группе, горизонтальные характерны почти исключительно для сектора В2В.

Сотрудничество можно поделить на отраслевое, когда компании конкурируют в одном и том же секторе рынка и внешнее,

когда компании, как правило, относящиеся к разным отраслям вносят во взаимоотношения свои специфические умения, навыки, компетенцию и активы.

Э.Гумессон отмечает, что при отраслевом сотрудничестве очень важным является равенство сторон, в противном случае одна сторона будет исподволь стремиться переиграть другую [9].

К внешнему сотрудничеству организации зачастую подталкивает сближение отраслей, сложность и многообразие технологий, связанных с созданием продукта в новых, нарождающихся отраслях. Однако А.Палмер указывает, что широко признан тот факт, что если не вводить хоть каких-то ограничений на взаимоотношения сотрудничества, это может обернуться монополизацией рынка [12].

Проанализировав внешнее и внутреннее окружение партнерских отношений, мы определили четыре главные группы заинтересованных сторон, которые в совокупности имеют большое значение для формирования и развития ПО. Безусловно, они оказывают влияние на партнерские отношения, при этом, компания должна учитывать степень этого воздействия, а также суть требований заинтересованных лиц.

Этап №3. Анализ требований заинтересованных сторон для объекта ПО представлен в таблице 1.

Таблица 1. Анализ требований заинтересованных сторон партнёрских ПО.

	Заинтересованная сторона	Требования
1.	Конечный потребитель	1. Продукт удовлетворяет всем специфическим требованиям; 2.Оптимальное соотношение Цена/Качество; 3. Гарантии; 4. Сервис и обслуживание; 5. Имидж; 6. Индивидуальный подход.
2.	Партнер ПО	1. Способность партнера управлять ПО; 2. Ценность ПО (монетарная и

		немонетарная) [3]; 3. Общие цели ПО; 4. Ресурсное управление ПО; 5. Координация и адаптация ПО; 6. Продолжительность процесса; 7. Готовность партнёра к специфическим инвестициям; 8. Инновации; 9. Система коммуникаций; 10. Минимальные риски; 11. Доверие и приверженность ПО; 12. Минимальные транзакционные издержки.
3.	Персонал	1. Компетентность; 2. Мотивация; 3. Вовлечение и полномочия в ПО; 4. Ответственность; 5. Развитие.
4.	Конкурент	1. Конкурентные преимущества; 2. Лидерство на рынке; 3. Формирование сотрудничества.

Этап №4. Построение ключевых признаков ПО.

Проанализировав представленные требования всех ЗС, переходим к их группировке по наиболее подходящим признакам, среди которых мы определили: 1)Компетентностно-психологические; 2)Ресурсно-управленческие; 3)Стратегические; 4)Долгосрочно-адаптационные.

Классификация соответствия требований заинтересованных сторон и перечисленных выше признаков составляет структуру критериев партнерских отношений. (см. рис.2).



Рис.№2. Структура критериев партнёрских отношений.

Проанализировав позицию системы партнерских отношений, а также систематизировав требования заинтересованных сторон ПО переходим к раскрытию понятия ПО, как общего представления, описывающего существенные признаки объекта [4].

Партнерские отношения – это взаимодействие формально автономных, но взаимозависимых предприятий, которое характеризуется:

1. *Компетентностно-психологическими признаками, предусматривающие способность предприятий управлять ПО, учитывая все психологические проявления, включая доверие, риск, оппортунизм.*

2. *Ресурсно-управленческими признаками, классифицирующие ПО как уникальный ресурс, который, с одной стороны, требует координации управления на условиях идентичности сторон, а с другой – позволяет совместно получать и распределять выгоды от ПО.*

3. *Стратегическими признаками, которые раскрывают предназначение ПО, заключающееся в обеспечении лидерства на рынке на основе ПО и сотрудничества с заинтересованными сторонами, обеспечении требований конечного потребителя, общности целей, взаимных выгод и ценностей партнеров.*

4. *Долгосрочно-адаптационными признаками, характеризующими ПО, как динамичный процесс определенной продолжительности, который должен поддерживаться и совершенствоваться, для чего необходимы специальные механизмы адаптации к изменениям и инвестиции, обеспечивающие оптимальное соотношение между выгодами и риском.*

Список литературы:

1. Каплан Р., Нортон Д. Организация, ориентированная на стратегию. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004, - 416 с.
2. Кузнецов С.Ю., Стратегическое управление маркетинговыми нематериальными активами предприятия. Монография. М.: Финакадемия, 2008, С. 6-25.
3. Смирнова М. Управление взаимоотношениями на промышленных рынках как источник конкурентных преимуществ компании. // Российский журнал менеджмента, Том 4, № 3, 2006. – С. 27 – 54.
4. Татаркин А.И., Попов Е.В., Власов М.В., Основные термины современной экономической теории. – Препринт. Екатеринбург, ИЭ УрО РАН, 2008. - 55с.
5. Blois K.J., 1999, A framework for assessing relationship, competitive paper, European Academy of Marketing Conference (EMAC), Berlin, P. 1-24
6. EFQM Excellence Model // EFQM Publications, 2003. – P. 35
7. Gronroos C, 1990, Relationship approach to the marketing function in service contexts; the marketing and organization behaviour interface, journal of Business Research, 20, P. 3-11
8. Gummesson E, 1991, Marketing orientatnon revisited: the crucial role of the parttime, marketers, European Journal of Marketing, 25 (2), P. 7-60
9. Gummesson E, 1999, Total Relationship Marketing: Rethinking Marketing Management from 4Ps to 30 Rs. Oxford: Butterworth Heinemann.
10. Jensen M. Value Maximization and Stakeholder Theory // Hbs working paper. 2000. 24 July
11. Mithell A. 1997, «Evolution», Marketing business, June, 37
12. Palmer A.J., 1996, Relationship marketing: a universal paradigm or management fad?, The Learning Organisation, 3 (3), P. 18-25

ВОЗМОЖНОСТИ УЧЕТА ТИПА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРИ ПОСТРОЕНИИ СИСТЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА

Долженко Р.А.

Канд. экон. наук, доцент АлтГУ, г. Барнаул

E-mail: snurk17@mail.ru

Организационная культура, представляя собой инструмент социального воздействия на персонал, взаимосвязана с системой трудовой мотивации персонала, именно она выступает главным средством гармонизации интересов работников и организации в целом. Таким образом, на современном этапе развития экономики значительно возрастает значение организационной культуры в системе трудовой мотивации персонала.

Через воздействие на трудовую мотивацию и организационную культуру многие исследователи, занимающиеся проблемами социального управления, связывают возможности успешных преобразований в отечественной экономике на современном этапе.

Выражением системы трудовой мотивации персонала в организации является система стимулирования труда, которую можно разделить на две части: материальное стимулирование (вознаграждение за труд и социальный пакет) и нематериальное стимулирование (моральное поощрение сотрудников, возможность повышения квалификации, переподготовки в системе образовательных учреждений, социально–психологический климат и система коммуникаций организации).

Место и роль материального стимулирования в системе трудовой мотивации персонала трудно переоценить. Для руководителя оно выступает мощным рычагом управления. На персонал оказывают влияние несколько факторов: собственно деньги, позволяющие получать от жизни определенные блага; фактор оценки деятельности, заставляющий поддерживать определенное качество работы; фактор социальной значимости, как в своем коллективе, так и в различных общественных кругах.

Система нематериального стимулирования персонала является поддерживающим элементом системы трудовой мотивации персонала, направленным на закрепление и поддержание текущих ценностей и потребностей работников.

Наибольший практический интерес в плане построения системы стимулирования персонала с учетом типа организационной культуры, представляет типология организационных культур Кима Камерона и Роберта Куинна. Ими были выделены следующие типы организационных культур: клановая культура, адхократическая культура, иерархическая культура и рыночная культура. Сущность каждого типа культуры кратко может быть охарактеризована следующим образом.

Клановая культура:

Очень дружественное место работы, где у людей масса общего. Организации похожи на большие семьи. Организация держится вместе благодаря преданности и традициям. Высока обязательность организации. Она делает акцент на долгосрочной выгоде совершенствования личности, придает значение высокой степени сплоченности коллектива и моральному климату. Успех определяется в терминах доброго чувства к потребителям и заботы о людях. Организация поощряет коллективную работу, участие людей в бизнесе и согласие.

Адхократическая культура:

Динамичное, предпринимательское и творческое место работы. Люди готовы идти на риск. Связующей сущностью организации является преданность экспериментированию и новаторству. Подчеркивается необходимость деятельности на переднем рубеже. В долгосрочной перспективе организация делает акцент на развитии и обретении новых ресурсов. Успех означает производство (предоставление) уникальных и новых продуктов и (или) услуг. Важно быть лидером на рынке продукции или услуг. Организация поощряет личную инициативу и свободу.

Иерархическая культура:

Очень формализованное и структурированное место работы. Тем, что делают люди, управляют процедуры. Критически важно поддержание плавного хода деятельности организации. Организацию объединяют формальные правила и официальная политика. Долгосрочные заботы организации состоят в обеспечении стабильности и показателей плавного хода рентабельного выполнения операций. Успех определяется в терминах надежности поставок, плавных календарных графиков и низких затрат. Управление наемными работниками основано на гарантии занятости и обеспечении долгосрочной предсказуемости.

Рыночная культура:

Организация, ориентированная на результаты, главной заботой которой является выполнение поставленной задачи. Люди целеустремленны и соперничают между собой. Лидеры - твердые руководители и суровые конкуренты. Организацию связывает воедино акцент на стремлении побеждать. Репутация и успех является общей заботой. Фокус перспективы настроен на конкурентные действия, решение поставленных задач и достижение измеримых целей. Успех определяется в терминах проникновения на рынки и рыночной доли. [1]

Технология формирования системы стимулирования персонала с учетом типа организационной культуры должна включать следующие элементы:

- диагностика трудовой мотивации, ценностных ориентации и удовлетворенности трудом персонала;
- определение основных принципов и правил мотивационной политики компании, содержания и структуры компенсационного пакета;
- разработка базовой заработной платы (постоянной части денежного вознаграждения) на основе определения внутрифирменной ценности должностей и рабочих мест;
- разработка переменной части денежного вознаграждения в целях усиления стимулирующего влияния зарплаты на производительность труда;
- разработка системы социальных льгот, эффективной социальной политики компании;
- разработка внутренних нормативных документов, фиксирующих систему денежного вознаграждения персонала;
- консультативная помощь при внедрении и мониторинге эффективности системы денежного вознаграждения.

Однако следует помнить, что процесс разработки и внедрения фирменной системы стимулирования персонала не должен рассматриваться как некий изолированный процесс, не связанный с циклом стратегического планирования, оценкой и аттестацией персонала и состоянием рынка труда.

Система стимулирования должна формироваться с учетом ряда особенностей, присущих системе трудовой мотивации персонала, в зависимости от выявленного типа организационной культуры предприятия:

1. Особенности системы стимулирования персонала организации с рыночным типом организационной культуры:

Рыночная культура обладает приоритетом по удовлетворению потребности влиять на дела организации, она опирается на мотивы по удовлетворению жизненно насущных потребностей и статусные мотивы достижения цели, успеха.

Выплаты дополнительных вознаграждений (премий) должны осуществляться ежемесячно, их размер должен зависеть от результатов деятельности организации (до 30–60% от размера дополнительного вознаграждения), подразделения (до 30–60% от размеров дополнительного вознаграждения), незначительно от индивидуальных результатов деятельности работника (до 10% от размера дополнительного вознаграждения).

2. Особенности системы стимулирования персонала организации с иерархическим (бюрократическим) типом организационной культуры:

Бюрократическая культура опирается на мотивы по удовлетворению работников принципами оплаты труда, отношениями с администрацией, информированностью о делах организации. Приоритетными мотивами являются мотивы по удовлетворению потребностей в жизненно насущных благах и статусные мотивы.

Для бюрократической культуры система стимулирования обычно принимает вид «тринадцатой заработной платы», выплачиваемой всем работникам в конце года независимо от трудового оклада каждого. При выплате зарплаты отмечается склонность многих менеджеров к излишнему усреднению там, где требуется большая дифференциация. Чтобы избежать уравниловки, требуется принудительная дифференциация работников, но не обязательно в жесткой форме.

Премияльная часть должна занимать минимальный удельный вес в фонде оплаты труда, обязательны выплаты «тринадцатой зарплаты» (оклад, скорректированный на коэффициент, зависящий от результатов деятельности организации), возможны единовременные выплаты в день рождения сотрудника, день рождения организации и другие знаменательные даты (события).

3. Особенности системы стимулирования персонала организации с клановым типом организационной культуры:

Для работников организаций с клановой культурой большое значение имеют: организация труда, морально–психологический

климат, возможности карьерного и профессионального роста, признание значимости выполняемой работы. Для клановой культуры определяющими являются мотивы социального взаимодействия и мотивы оптимизации жизненного цикла.

Со всей очевидностью можно утверждать, что приоритетным показателем, формирующим премию в клановой культуре, будет результат работы бригады, затем коллектива и каждого работника.

Система премирования должна зависеть от деятельности всей организации, результаты личной работы не должны учитываться. Выплаты премии должны осуществляться ежеквартально в размере не менее 50% от оклада.

4. Особенности системы стимулирования персонала организации с адхократическим типом организационной культуры:

Для адхократической культуры крайне важны мотивы жизненного самоопределения, связанные с призванием, творчеством, новаторством, самовыражением. Адхократическая культура обладает приоритетом по удовлетворению потребности в творчестве, профессиональном и карьерном росте, справедливой оценке результатов.

Адхократическая культура изменяет пропорции расчета премии, стимулируя в большей степени индивидуальное творчество, вклад в инновационные процессы, личные способности и заслуги (60–70% премии), а затем уже рост коллективных достижений.

Дополнительное вознаграждение должно занимать большой удельный вес (60–70%) в фонде оплаты труда, оно должно зависеть только от личной работы, а не от работы коллектива или организации. Постоянная часть дополнительного вознаграждения должна составлять 30–40% от оклада, переменная часть, должна зависеть от выполнения плана, за каждый процент перевыполнения плана размер переменной части должен быть увеличен с учетом индивидуального коэффициента в зависимости от должности. Выплаты дополнительного вознаграждения должны осуществляться ежемесячно.

В настоящее время можно с уверенностью утверждать, что чем сильнее, сплоченнее и действеннее культура, тем в большей степени работники удовлетворены системой стимулирования персонала. Организационная культура накладывает свой отпечаток на систему трудовых мотивов персонала, а значит, каждому типу организационной культуры должна соответствовать своя система стимулирования персонала организации.

Список литературы:

1. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры. – СПб., 2001.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОТДЕЛОМ МАРКЕТИНГА

Елисеев В.В.

Аспирант, МГУ приборостроения и информатик

E-mail: Elis.msk@mail.ru

Метод управления — это метод воздействия субъекта управления на объект управления для практического осуществления стратегических и тактических целей системы управления. Целью системы управления является достижение конкурентоспособности выпускаемой продукции, выполняемой услуги, организации и других объектов на внешнем или внутреннем рынке [1, с. 32].

В настоящее время в научной литературе раскрываются и применяются на практике три группы методов управления: административные (организационные или организационно-распорядительные); экономические и социально-психологические. Эти группы методов управления чаще всего рассматриваются как дополняющие друг друга.

Общепринятая классификация методов управления не в полной мере отражает их сущность. Например, любой нормативный акт как атрибут административного метода управления, кроме административно-правовых, решает и социально-экономические вопросы, а реализация нормативного акта требует применения знаний в области психологии. Вместе с тем результаты экономического управления чаще всего отражаются или фиксируются в нормативных (административных) документах. Экономические вопросы неправомерно рассматривать в отрыве от социальных и, наоборот, социальные — в отрыве от экономических и правовых вопросов [2, с.253].

В основе классификации методов управления отделом маркетинга исследуемой организации, следует положить иной признак — степень свободы объекта управления в связи с воздействием на него

субъекта. Индивидуум как объект управления может иметь следующие степени свободы:

а) ограниченную свободу, при которой субъект управления принуждает зависимый объект выполнять планы или задания;

б) мотивационную свободу, при которой субъект управления должен найти обоснованные мотивы, побуждающие объект управления к выполнению планов или заданий;

в) высокую степень свободы, при которой субъект управления должен с использованием логики и психологии формировать метод воздействия на относительно независимый объект управления, ставя во главу угла изучение психологического портрета управляемой личности и тенденции ее развития. Для объекта управления в этом случае удовлетворение первичных физиологических потребностей не является приоритетным, для него важнее удовлетворение высших потребностей (самореализация, самовыражение). Исходя из рассмотренных степеней свободы объекта методы управления целесообразно подразделять на три группы: принуждения, побуждения, убеждения [2, с. 257].

Сравнительная характеристика этих методов приведена в таблице 1.1. Приведенные в таблице характеристики методов управления являются укрупненными, отражающими преобладание, или приоритет, конкретного признака по конкретной группе методов. Новизна представленной таблицы заключается в системности подхода к проблеме. Анализ соответствия характеристики конкретной системы управления приведенным в таблице рекомендациям позволит найти «узкие места» в этой системе. Рациональное соотношение методов принуждения, побуждения и убеждения, на наш взгляд, примерно следующее: 4:4:2. Поясним почему. Методы принуждения — субстанция управления. Низкое качество субстанции — законодательных

Таблица 1.1 – Сравнительная характеристика методов управления

Признаки методов управления	Группы методов управления отделом маркетинга		
	методы принуждения	методы побуждения	методы убеждения

1	2		4
1.Общепринятое название группы методов, примерно соответствующей новой группе	Административные	Экономические	Социально-психологические
2. Субстанция методов	Директива, дисциплина	Оптимизация мотивов	Психология, социология
3. Цель управления	Выполнение законов, директив, планов	Достижение конкурентоспособности выпускаемых объектов	Достижение взаимопонимания
4. Структура управления	Жесткая	Адаптивная к ситуациям	Адаптивная к личности
5. Форма собственности, где преимущественно применяются методы	Государственная	Корпоративная, частная, государственная и др.	Частная
6. Субъект воздействия	Коллектив, индивидуум	Индивидуум	Индивидуум
7. Форма воздействия	При помощи нормативно-методических документов	Мотивация	Управление социально-психологическими процессами
8. Основное требование к субъекту при применении методов	Исполнительность, организованность	Профессионализм в данной области	Психологическая устойчивость личности
9. Потребности, на удовлетворение которых нацелены методы	Физиологические, обеспечение безопасности	Физиологические	Все потребности

10. Тип организационной структуры, для которой в наибольшей мере приемлемы данные методы	Линейная, функциональная	Проблемно-целевая, матричная	Бригадная
11. Преимущественное направление управляющего воздействия	Сверху вниз	Вертикальное (сверху вниз и снизу вверх)	Вертикальное и горизонтальное
12. Уровень иерархии управления, где преимущественно применяются методы	Высший и средний	Высший, средний, низший	Низший
13. Характер управленческой информации	Качественная, детерминированная	Качественная, стохастическая	Комплексная (как фактор качества), стохастическая
14. Стиль руководства, характерный для данной группы методов	Авторитарный	Смешанный	Демократический
15. Тип темперамента субъекта управления (руководителя), наиболее адекватный данной группе методов	Флегматик	Сангвиник	Сангвиник

16. То же относительно объекта управления (исполнителя)	Сангвиник	Флегматик, холерик	Меланхолик
17. Тип чаще всего принимаемого управленческого решения	Решения, основанные на строгом соблюдении нормативно-методических документов и директив	Решения, основанные на моделировании и комплексном обосновании	Решения, основанные на суждении, интуиции, опыте лица, принимающего их
18. Конкретные методы и способы управления	1. Государственное регулирование экономики.	1. Экономическое стимулирование.	1. Мониторинг социально-психологических процессов.
	2. Стандартизация и сертификация.	2. Анализ затрат, качества и других параметров систем (фотография рабочего времени, хронометраж, анкетирование, тестирование, факторный анализ и др.).	2. Моделирование социально-психологических процессов.

	3. Мониторинг экосистемы.	3. Экономико-математическое моделирование.	3. Психотехнологии.
	4. Нормативно-методическое регулирование системы управления.	4. Балансовые методы	4. Моральное стимулирование
	5. Планирование, учет и контроль		
19. Рекомендуемое соотношение применяемых методов (сумма равна 10)	4	4	2

Методы побуждения нацелены на экономию ресурсов, повышение качества и конкурентоспособности товаров и услуг, инфраструктуры, качества жизни населения в соответствии с идеологией и политикой развития данной системы. Субстанцией методов побуждения являются оптимизация управленческого решения и мотивация персонала на его реализацию. Это очень сложная работа, качество которой определяет эффективность систем. В условиях рыночных отношений конкуренция заставляет инвесторов и государство оптимизировать решения и мотивы в целях повышения качества жизни населения. Поэтому, на наш взгляд, роль методов побуждения в управлении эффективностью объекта оценивается примерно в 40% совокупности факторов эффективности.

Методы убеждения в управлении основаны на исследовании психологического портрета личности, мотивации ее потребностей, составляющих физиологические, духовные и социальные нужды.

Структура и объем потребностей определяются характером, образованием, социальным положением и ценностями личности. Чтобы успешно управлять людьми, необходимо хорошо их знать. Методы убеждения применяются к объектам управления с высокой степенью свободы, что делает задачу еще более трудной. Легче приказывать или экономически стимулировать, чем убеждать. Чтобы умело убеждать сотрудника в необходимости качественно, в срок и с наименьшими затратами выполнить задание, субъекту управления следует знать психологические установки личности как объекта управления [3, с 102].

Тем не менее факторов и условий, определяющих качество и результативность управленческих решений, значительно больше, чем факторов психологического портрета личности, которыми следует руководствоваться (учитывать) при принятии и реализации решений. Поэтому «весомость» методов побуждения примерно в два раза больше «весомости» методов убеждения.

Список литературы:

1. Азрилян А.Н.: Краткий экономический словарь. – 2-е изд. Доп. И перераб. М.: Институт новой экономики, 2006. – 1088 с.
2. Котлер Ф., Келлер К.Л.; Управление маркетингом. Экспресс-курс. - 3-е изд./Пер. с англ. Под научн. ред. С.Г. Жильцова. – СПб.: Питер, 2008. – 480 с
3. Маслов Е.В.: Управление персоналом предприятия: Учебное пособие / Под ред, П.В. Шеметова. - М.: ИНФРА-М; 2007. - 312 с.

НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗРАБОТКИ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ АВТОПРОМА

Ермаков Р.В.

аспирант УрФЮИ, г. Екатеринбург

E-mail: lad985@mail.ru

По мнению отечественных специалистов [1], в хозяйственной практике современной России механизм стратегического управления находится в стадии интеллектуального становления. При этом отечественные и международные аналитики считают, что российский рынок вступил в стадию, когда отсутствие разработанной стратегии

мешает предприятиям на каждом шагу. В командной экономике при разработке своих планов предприятие получало сверху информацию о номенклатуре производимой продукции, поставщиках и потребителях, ценах на свою продукцию, много других показателей и нормативов, которые автоматически закладывались в основу разработки планов. Сама плановая работа сводилась к поиску эффективных путей выполнения заданий в условиях достаточно прогнозируемой внешней среды. Такая задача остается и в переходной экономике, но в условиях рынка это только часть плановой работы.

Теперь предприятие должно само определять и прогнозировать параметры внешней среды, ассортимент продукции и услуг, цены, поставщиков, рынки сбыта, а самое главное - свои долгосрочные цели и стратегию их достижения. Эту часть плановой работы и охватывает разработка стратегического плана. Сиюминутные стратегические решения, которые принесли некоторым компаниям успех в начале 90-х годов 20 века, в современных условиях не работают, многие новые компании исчезли или, достигнув определенного уровня, перестали развиваться. Поэтому как руководители новых компаний, так и директора многих бывших государственных предприятий начинают понимать необходимость разработки и стратегии развития. Этому способствует идентификация предприятия как целостной обособленной системы, формирование новых целевых установок и интересов предприятия и его работников.

Быстрые изменения внешней среды отечественных промышленных предприятий также стимулируют появление новых методов, систем и подходов к управлению. Если внешняя среда практически стабильна, то отсутствует необходимость заниматься стратегическим управлением. Однако в настоящее время большинство российских предприятий работают в быстро изменяющемся и трудно предсказуемом окружении, следовательно, нуждаются в методах стратегического управления.

Стратегическое управление предполагает инновационно-креативный характер стратегических решений. На крупном автопредприятии ОАО «АвтоВАЗ» было проведено изучение мнений ключевых сотрудников по поводу его миссии [2]. В результате обобщения полученных данных сформулированы такие варианты:

- обеспечивать российских потребителей высококачественной автопродукцией и сопутствующими услугами;

- производить автомобили для потребителей со средним достатком;
- наиболее полно удовлетворять потребности населения в качественной, недорогой автопродукции с высокими потребительскими свойствами;
- удовлетворять потребности покупателей в качественных разнообразных современных моделях автомобильного ряда.

Характерно, что все приведенные формулировки относятся только к производственной и коммерческой деятельности предприятия, в то время как оно уже вело деятельность с использованием элементов диверсифицированного холдинга. К тому же, чтобы выполнить какую-либо из перечисленных миссий, требуются большие инвестиции, которые при узкой специализации предприятия из внешних источников получить практически нереально.

Стратегический анализ в отношении ОАО «АвтоВАЗ» показал, что выжить в условиях «экономического шторма» и наладить механизм дальнейшего развития крупного отечественного предприятия возможно только при проведении стратегии постоянного совершенствования основного производства и диверсификации деятельности, создании холдинговой формы управления и повышении эффективности всех подразделений объединения.

В 90-е годы перед промышленными предприятиями, особенно специализированными на производстве товаров автопрома, наиболее остро встала проблема выживания в конкурентной борьбе с иностранными фирмами, поставляющими продукцию на российский рынок, часто не на корректных условиях. В таких условиях нужно было найти и обеспечить производство ассортимента продукции, позволяющего обрести свою нишу, своего покупателя, и на деле доказать жизнестойкость отечественной промышленности.

В этой обстановке промышленные предприятия стали искать креативные пути развития. Например, завод «АвтоВАЗ» установил тесные контакты с многими зарубежными автогигантами. Это касалось вопросов совместного изготовления продукции, что дало возможность предложить российским покупателям продукцию, которая реализуется на западных рынках, т.е. является конкурентоспособной в международном масштабе. Такой процесс потребовал много времени, колоссальных затрат, связанных с технической подготовкой производственных мощностей и развитием инфраструктуры, и, самое

главное, изменения менталитета коллектива. Необходимо было осознать, что перспектива предприятия определяется не только ассортиментной политикой, но и всей инфраструктурой.

На примере ОАО «АвтоВАЗ» можно проанализировать деятельность предприятия в форме холдинга. Сегодня предприятие представляет собой самофинансирующийся промышленно-торговый комплекс, включающий шесть направлений деятельности:

- производство продукции;
- коммерческая деятельность в виде оптовой и фирменной розничной торговли продукцией;
- управление имуществом комплексом;
- управление долгосрочными финансовыми вложениями;
- управление инженерным обеспечением;
- управление социально-бытовой инфраструктурой.

Анализ работы этих блоков за прошедшее десятилетие подтвердил, что такая система позволяет учесть региональные условия хозяйствования, технические возможности предприятия, наличие собственной фирменной торговли, крупного имущественного комплекса и социальной инфраструктуры, а самое главное, готовность к непредсказуемым действиям со стороны государства. Это дало возможность коллективу не только сохранить позиции, но и создать потенциал для деятельности в перспективе.

Достижение стратегической цели компании в целом обеспечивается целевой ориентацией отдельных комплексов, представленной в таблице [3].

Комплекс	Цель
Производственный (основной)	Увеличение объемов производства востребованного на рынке ассортимента обуви; достижение лидирующих позиций среди отечественных производителей обуви
Коммерческий	Гарантированное высокодоходное продвижение (реализация) обуви собственного производства на базе расширения товаропроводящей сети
Имущественный	Повышение финансовой отдачи от имущественного комплекса и превращение его в

	устойчиво растущий бизнес, содействующий развитию основного комплекса
Инженерны й	Гарантированное обеспечение потребностей производства и торговли в инженерной продукции и услугах высокого качества (дизайн, технологии и др.) с одновременным сокращением соответствующих издержек
Финансовы й	Достижение финансовой стабильности предприятия в целом, его филиалов, дочерних обществ и подразделений; обеспечение текущей ликвидности компании благодаря эффективному размещению долгосрочных финансовых вложений
Социально- инфраструктурный	Гарантированное обеспечение персонала компании всеми необходимыми социально-бытовыми услугами с одновременным сокращением соответствующих издержек

В результате проведенных преобразований ОАО «АвтоВАЗ» обладает высокопродуктивным производством, постоянно развивающимися инжинирингом и маркетингом, что позволяет оперативно и гибко реагировать на перемены, возникающие в мире автопроизводства. Анализируя деятельность предприятия, можно также сделать вывод, что создание холдингов на базе крупных предприятий является одним из важнейших путей развития отечественного производства.

С нашей точки зрения, такой подход к пониманию и осознанию идеи стратегического управления в современных экономических условиях поможет высшим руководителям российских предприятий в совершенствовании систем управления.

Осознание высшим менеджментом сущности стратегического управления как необходимого принципа сохранения и развития предприятия в современных экономических условиях, как инструмента длительного, безостановочного продвижения организации к более высокому уровню качества продукции и

управления - актуальная проблема микроэкономики современной России.

Не секрет, что на подавляющем большинстве промышленных предприятий страны не существует интегрированной системы стратегического управления. В лучшем случае высшее руководство под ней часто понимает интенсификацию коммерческих усилий маркетинговых служб, что и создает у него иллюзию реализации «эффективной практической стратегии». И если дела все равно идут плохо, то руководство считает главной причиной неудач работу службы маркетинга предприятия, хотя совершенствование системы управления является категорической необходимостью сегодняшнего дня [4].

На наш взгляд, это, скорее всего, является следствием отсутствия у высшего руководства многих предприятий необходимого для современных экономических условий уровня компетентности. Зачастую высшее руководство российских предприятий не обладает необходимым комплексом стратегических знаний и навыков, качеством мышления. Поэтому главную причину своих неудач оно объясняет хаосом и беспорядком в макроэкономике страны (хотя это и является объективной реальностью, но отношение руководства к ней должно быть не пассивное, а активное) или же тем, что теория и практика несовместимы (что является неотъемлемым аргументом многих современных руководителей).

Таким образом, сохранение устойчивых позиций как на внутреннем, так и на внешнем рынках, требует разработки и внедрения стратегии, что позволит выбрать оптимальный путь развития. Эффективность стратегического развития фиксирует общую стратегическую цель предприятия и главное направление развития, приводящее к ее достижению, а также определяет границы деятельности, что дает возможность свести разработку стратегии к оптимизационной задаче.

Список литературы:

1. Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент: Курс лекций. [Текст] / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова: Переизд. и доп. - М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2007. - 325 с. - ISBN 9785160022987.
2. Мельничук, Д.Б. Семь граней стратегического управления предприятием [Текст] / Д.Б. Мельничук // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. - № 5. – С. 18-23. – Библиогр.: с. 23.

3. Никитин, А. Стратегическое управление крупным промышленным предприятием [Текст] / А. Никитин // Управление компанией. - 2008. - № 11. – С. 25-34. – Библиогр.: с. 34.
4. Уваров, М. Мы создали собственный курс МВА [Текст] / Уваров М. // БОСС (Бизнес, Организация, Стратегия, Системы). - 2008. - № 6. – С. 72-73. – Библиогр.: с. 73.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА ВЫПУСКНИКОВ

Ершова И.Г.

Канд. экон. наук, доцент КГУ, г. Курск

E-mail: ershovairgen@ya.ru

Цель разработки методики маркетингового исследования состоит в создании инструментария государственного регулирования процессов подготовки, трудоустройства и занятости специалистов на основе анализа результатов прогноза и текущей ситуации в экономике и системе высшей школы. На его основе должны быть выработаны конкретные, обоснованные предложения по обеспечению сбалансированности подготовки специалистов и потребностей в них экономики регионов [3, с. 24].

Ценность маркетингового исследования наиболее полно проявляется при изучении всего комплекса рыночных отношений, включая субъектов и их функции на рынке и т.д. От того, насколько модель рынка адекватно отражает участников рыночных отношений, их ролевые функции и интересы, в конечном счете, зависят те рекомендации и выводы, которые будут сформулированы по результатам маркетингового исследования.

В настоящее время распространены два вида моделей, связанных с подготовкой молодых специалистов и их трудоустройством в условиях рынка труда. Один вид моделей рассматривает сферу образования как производителя образовательных услуги молодого специалиста как конечного потребителя этих услуг. Концептуально это влечет за собой ориентацию на текущий спрос и очевидное перепроизводство специалистов, определяемое текущей конъюнктура. Вследствие такого подхода во многих высших учебных заведениях ведут подготовку экономистов и юристов, которые уже сегодня с трудом находят себе применение на рынке труда [2, с. 83].

Второй вид моделей представляет собой модели рынка труда, где в качестве товара рассматривается рабочая сила без учета затрат на квалификационный уровень. В таких моделях, как правило, ориентируются на текущее предложение и предполагают, что оно таковым останется и в будущем.

Участниками рыночных отношений на рынке труда молодых специалистов-выпускников образовательных учреждений всех уровней и ступеней профессионального образования выступают:

- образовательные учреждения в роли производителей товара в лице молодых специалистов и предоставляющие последним образовательные услуги;

- студенты учащиеся, выпускники;

- потребители рабочей силы молодых специалистов, готовые оплачивать приобретение образовательных услуг по подготовке молодых специалистов. Это могут быть государственные органы управления, государственные и частные предприятия, отдельные лица (в том числе абитуриенты и их родители) и т.п.;

- посредники, обеспечивающие реализацию связи "спрос-предложение". К ним относятся службы занятости, биржи труда, органы регистрации, лицензирования и аккредитации образовательных учреждений, рекрутировочные компании и фирмы-посредники и т.п.

- институты и структуры, заинтересованные в гармоничном развитии общества и повышении образовательного уровня его членов [1, с. 79].

Таким образом, в целях формирования стратегии маркетинговых исследований рынка труда выпускников учебных заведений рассмотрим обобщенную схему потоков выпускников всех образовательных уровней. Такая схема позволяет построить инфологическую модель рынка труда выпускников и использовать ее для определения стратегии маркетингового исследования.

Схема основных потоков выпускников включает в себя полный жизненный цикл процесса подготовки специалистов с учетом разных уровней квалификации. В ней использованы следующие условные обозначения:

Q_{BX}^T – количество детей 6-7-летнего возраста, поступивших в образовательную школу в T-ом году.

$Q_{ВЫХ}^T$ – количество человек, окончивших 11-летнюю (12-летнюю) школу из числа поступивших;

$Q_{ВЫХ}^T$ – определяется как некоторая вероятностная величина, расчет которой основан на статистических данных предыдущих лет по формуле:

$$Q_{ВЫХ}^T = Q_{ВХ}^T * K_{ВЫЖ} * (1 - K_{БР}), \quad (1)$$

где $K_{ВЫЖ}$ – статистический коэффициент выживаемости;

$K_{БР}$ – доля тех, кто "бросил" школу до получения среднего (полного) общего образования. Сюда входят все категории учеников, покинувших школу.

Следует отметить тот факт, что в последнее время естественные потери школы компенсируются за счет переселенцев. Однако для некоторых, регионов, доля переселенцев в общем количестве учащихся общеобразовательной школы невелика и ею можно пренебречь.

$Q_{РТ}^T$ – поток выпускников школ, попадающих на рынки труда;

$Q_{ПТ}^T$ – количество выпускников школ, поступивших в учебные заведения начального профессионального образования;

$Q_{С}^T$ – количество выпускников школ, поступивших в средние специальные учебные заведения; [8, с. 174].

$Q_{ВО}^T$ – количество выпускников школ, поступивших в вузы находится по формуле:

$$Q_{ВО}^T = N_i, i = 1, K, \quad (2)$$

где K – количество вузов, N_i – количество мест в i -том вузе.

Таким образом можно представить:

$$Q_{ВЫХ}^T = Q_{РТ}^T + Q_{ПТ}^T + Q_{С}^T + Q_{ВО}^T + Q_{ВС}^T + Q_{СЗ}^T + Q_{ПМ}^T. \quad (6)$$

Количественная оценка указанных потоков дает представление о соотношении потоков и может быть использована в качестве базовой для разработки вероятностной модели для различных сценариев прогноза развития экономики страны [5, с. 87].

Учитывая вероятностный характер всех приведенных числовых величин, зависящих от характера развития экономики страны, можно всю структуру потоков представить как некоторую вероятностную модель. В качестве ограничений модель имеет:

- количество детей на середину года поступления в школу;
- сценарий развития экономики.

Прогноз потоков выпускников учебных заведений всех уровней по РФ можно осуществить на основе статистических справочников и сборников Госкомстата России, используя данные числа родившихся и численности различных возрастных групп, известных по переписям населения [4, с. 95].

Данные по возрастным группам определены с учетом коэффициента дожития (показатель, уменьшающий численность группы) и коэффициента прироста за счет миграции.

Эти данные для различных возрастных групп следующие:

- для детей – 0,99-1,00;
- для подростков – 1,05-1,06;
- для молодежи – 1,08-1,09.

Выбраны следующие возрастные группы, рассчитанные на середину года.

1) Дети 6-ти лет. Эта группа в основном определяет входной поток поступающих в школу: в подготовительный класс – при 11-летнем обучении и в перспективе в первый класс – при переходе на 12-летнее обучение.

2) Дети 7-ми лет. Определенная часть детей при 11-летнем обучении поступает в школу в возрасте семи лет. Потоки достаточно близки по количественным значениям, поэтому можно пользоваться средними показателями при расчете значений Q_{BX}^T .

3) Численность подростков 16-ти лет. Эта группа соответствующим образом оказывает влияние на численность поступающих в системы начального и среднего профессионального образования.

4) Численность молодых людей 17-18-ти лет определяет основные потоки выпускников школ и входные потоки в вузы, ссузы, призыв в силовые структуры и др.

5) Численность 19-летних приведена с учетом возможности перехода на 12-летнее образование.

6) Численность молодых людей 21 года определяет выходной поток выпускников вузов.

На основе этих данных, можно провести оценку вероятностей потоков выпускников всех уровней. Вероятностные оценки следует

получать как некоторую область значений с учетом прогнозных сценариев развития экономики.

Список литературы:

1. Гелетта И.В. Взаимосвязь рынка труда и рынка образовательных услуг // Региональная экономика: теория и практика. – 2009. – № 2. – С. 79-84.
2. Измайлова М. Потребители образовательных услуг: модели поведения // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 2. С.107-117.
3. Краковский Ю. Стратегический анализ регионального рынка образовательных услуг // Вестник высшей школы. – 2004. – № 5. – С.22-26.
4. Сергеева М.Г. Методические аспекты исследования рынка образовательных услуг при подготовке конкурентоспособного специалиста // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – № 6. – С.92-95.
5. Эфендиев А.Г. Маркетинговая активность вуза на рынке образовательных услуг и рынке труда // Российский экономический журнал. – 2004. – № 8. – С.80-90.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ефремова О.В.

*Магистрантка 2 курса Магистратуры «Экономика фирмы»
КГФЭИ, г. Казань*

E-mail: sanuchy@rambler.ru

В последнее десятилетие термин «реструктуризация» стал достаточно распространенным в российской экономической литературе. Существенным толчком к резкому возрастанию интереса и популярности реструктуризации, как на практике, так и в литературе, явился мировой экономический кризис, который начался в 2008 году.

Возросший интерес к реструктуризации является вполне закономерным. Поскольку именно реструктуризация рассматривается многими руководителями компаний, экономистами-теоретиками и др. как эффективное (и возможно единственное) средство преодоления кризиса. Реструктуризация – это не только возможность компаний

«оставаться на плаву», а также возможность упрочнения их позиций на рынке, укрепления конкурентных преимуществ. Реструктуризация явилась «спасательным кругом» для множества российских предприятий.

Однако во время мирового кризиса наряду с возросшим интересом к реструктуризации произошло значительное снижение инвестиционной активности, обострилась проблема привлечения средств (собственных и заемных) для реализации реструктуризации. Вложение средств в проект требует обоснования эффективности проекта. С этим связана возросшая актуальность первичной оценки эффективности проекта реструктуризации и его дальнейшего комплексного управления. Поэтому предметом исследования данной статьи являются методы оценки эффективности реструктуризации.

Рассмотрим понятие «эффективность» применительно к деятельности предприятия.

Под эффективностью на сегодняшний день понимают [2, с.99] ,[3, с.47]:

- конкретный результат (эффективность действия чего-либо);
- соответствие результата или процесса максимально возможному, идеальному или плановому;
- числовая характеристика удовлетворительности функционирования;
- относительная величина, измеряемая в долях единицы или в процентах и характеризующая результативность затрат;
- действенность какого-либо результата;
- степень достижения цели, измеряемая отношением эффекта к обусловившим его затратам;
- отношение реального эффекта к требуемому (нормативному) эффекту.

На наш взгляд, эффективность реструктуризации – это успешность и результативность проводимых мероприятий, выраженных системой различных показателей.

Любой показатель эффективности задается как некоторая функция, по значению которой судят об эффективности проекта. Все они комплексно применяются при выборе наиболее приемлемого варианта проекта реструктуризации. Таким образом, исследование эффективности как экономической категории применительно к проекту реструктуризации носит комплексный характер [3, с.47].

Основные методы оценки эффективности реструктуризации

можно разделить на качественные и количественные, которые представлены на рисунке 1.



Рис.1 Методы оценки эффективности реструктуризации

Метод оценки риска реструктуризации сравнительно простой, его главной задачей является определение факторов, влияющих на реструктуризацию, этапы работы по реструктуризации, при выполнении которых может возникнуть риск, после чего идентифицировать все возможные риски.

Метод оценки риска реструктуризации, включает ряд последовательных этапов:

- выявление факторов, увеличивающих и уменьшающих конкретный вид риска при осуществлении определенных операций;
- определение системы оценочных показателей риска, зависящих от факторов, влияющих на реструктуризацию, которая должна отвечать требованиям адекватности, комплексности, динамичности, объективности;
- установление потенциальных областей риска, то есть выявление мероприятий, операций, работ реструктуризации, при выполнении которых может возникнуть неопределенность в получении положительного результата;
- идентификация всех возможных рисков реструктуризации, а именно определение возможных рисков в результате определенных действий.

Все факторы, так или иначе влияющие на степень риска при реструктуризации можно условно разделить на две группы: внешние

факторы (инфляция, изменение банковских процентных ставок и условий кредитования, налоговых ставок и таможенных пошлин; политические и экономические кризисы и др.) и внутренние факторы (производственный потенциал, техническое оснащение, уровень предметной и технологической специализации, организация труда, уровень производительности труда, степень кооперированных связей и т. д.).

Учесть все рискованные факторы невозможно, но вполне реально выделить главные из них, а также определить, какой эффект обуславливает то или иное рискованное событие, вероятность его наступления.

Метод экспертных оценок эффективности реструктуризации основан на обобщении мнений специалистов-экспертов. Интуитивные характеристики, основанные на знаниях и опыте эксперта, дают в ряде случаев достаточно точные оценки. Экспертные методы позволяют быстро и без больших временных и трудовых затрат получить информацию, необходимую для выработки правильного решения при реструктуризации. Метод экспертных оценок эффективности реструктуризации целесообразно использовать тогда, когда:

- связь между исследуемыми явлениями носит качественный характер и не может быть выражена с помощью традиционных количественных измерителей;
- входная информация неполная и невозможно представить влияние всех факторов на процесс реструктуризации;
- возникла экстренная ситуация, требующая быстрого принятия решений.

Итоговая оценка определяется с учетом уровня компетентности экспертов:

$$K = \frac{\sum A_n * P_n}{\sum A_n}, \quad (1)$$

где A_n – коэффициент компетентности n -го эксперта;

P_n – оценка результатов реструктуризации по данным n -го эксперта.

Рассмотрим количественные методы оценки эффективности реструктуризации. В данную группу входят метод оценки реструктуризации как инвестиционного проекта и метод оценки

финансового состояния предприятия.

Методы, основанные на анализе финансовой отчетности, в настоящее время наиболее распространены. По мнению многих экономистов, данная методика имеет ряд недостатков, поскольку некоторые показатели, рассчитанные по данным деятельности предприятия, могут говорить о неплатежеспособности, в то время как другие, наоборот, давать основания для заключения о стабильности предприятия.

При финансовом анализе используется ряд экономических показателей, которые позволяют оценить общее экономическое состояние предприятия, его устойчивость, ликвидность баланса, рентабельность, использование оборотных активов и спрогнозировать его состояние в будущем.

В литературе выделяют четыре основные группы показателей, используемых при оценке эффективности реструктуризации:

- показатели ликвидности (включают коэффициенты текущей ликвидности, срочной ликвидности, абсолютной ликвидности);
- показатели финансовой устойчивости (коэффициенты соотношения заемных и собственных средств, обеспеченности собственными средствами, маневренности собственных оборотных средств);
- показатели деловой активности предприятия (коэффициенты оборачиваемости оборотного капитала и оборачиваемости собственного капитала);
- показатели эффективности использования ресурсов/рентабельности предприятия (коэффициенты рентабельности активов, рентабельности собственного капитала) [1, с.64-67].

Каждая группа показателей оценивает отдельные стороны деятельности предприятия, ни одна из них не позволяет однозначно оценить эффективность проекта реструктуризации.

При оценке реструктуризации как инвестиционного проекта используются динамические (дисконтированные) методы оценки эффективности проектов и методы оценки эффективности проектов на недисконтированной основе [5, с.122]. Наибольшее распространение получили динамические методы оценки, в основе которых лежит теория временной стоимости денег, в частности – дисконтирование.

При оценке проектов с учетом временного фактора используются следующие показатели:

- период (срок) окупаемости проекта;
- чистая текущая стоимость доходов;

- ставка доходности проекта;
- внутренняя ставка доходности проекта;
- модифицированная ставка доходности;
- ставка доходности финансового менеджмента.

Каждая рассмотренная методика оценки эффективности реструктуризации имеет определенные недостатки, наиболее приемлемой считаем методику оценки эффективности реструктуризации как инвестиционного проекта. Но и значения данных показателей не всегда полностью характеризуют эффективность процесса реструктуризации. Поэтому при оценке эффективности проекта реструктуризации предлагаем дополнительно использовать интегральный показатель – изменение рыночной стоимости предприятия или стоимостной разрыв.

Стоимостной разрыв – разница между текущей стоимостью предприятия при существующих условиях и текущей стоимостью предприятия после реструктуризации [4,с.511]:

$$NPV_c = [D(PN)_n + (EE)_n - (I)_n + (T)_n]r, \quad (2)$$

где NPV_c – чистая текущая стоимость эффекта реструктурирования;

D(PN)_n – дополнительная прибыль от реструктуризации;

n – период времени после реструктуризации;

(EE)_n – экономия производственных издержек и дополнительная прибыль за счет диверсификации производства;

(I)_n – дополнительные инвестиции на реструктуризацию;

(T)_n – прирост (экономия) налоговых платежей;

r – коэффициент текущей стоимости.

В качестве базовой модели расчета стоимости предприятия в целях реструктуризации применяется метод дисконтированных денежных потоков.

Таким образом, процесс реструктуризации предприятия объективно необходим в условиях динамично развивающейся экономики. Необходимой слагаемой эффективного управления процессом реструктуризации является оценка эффективности структурных преобразований. Комплексная оценка позволяет выбрать

наиболее выгодный вариант реструктуризации, обеспечить эффективное управление процессом реструктуризации.

Список литературы:

1. Бельх Л.П. Реструктуризация предприятия / Л.П. Бельх, М.А. Федотова. – М.: ЮНИТА-ДАНА, 2001.- 399с.
2. Гурышев А.П. Оценка эффективности деятельности предприятия через использование финансовых и нефинансовых показателей // Менеджмент в России и за рубежом.- №5. - 2007.
3. Кишеня В.И. Методы оценки эффективности инвестиционных проектов реструктуризации // Управление персоналом №20 (222) – 2009.
4. Оценка бизнеса: Учебник / Под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 736 с.: ил.
5. Яновский В., Горянский Д. Методы и критерии оценки эффективности инвестиционных проектов // РИСК. - №1. – 2009.

УЧАСТИЕ ПЕРСОНАЛА В УПРАВЛЕНИИ КАК СРЕДСТВО ВНУТРИКОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Иванова М.О.

*к.э.н., доцент СПбГУГА, г. Санкт-Петербург
E-mail: ivanova_mo@mail.ru*

В современных условиях хозяйствования возрастает роль персонала в обеспечении конкурентных преимуществ компаний. Именно кадры корпораций являются источником инноваций, без которого невозможно выживание и победа в конкурентной борьбе. Сегодня персонал является важнейшим стратегическим ресурсом организации, успех которой во многом зависит от степени мотивации персонала на высокоэффективную работу.

Корпоративная социальная ответственность – это достижение коммерческого успеха путями, которые основаны на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде [2]. Социальная ответственность заключается также и в получении максимальной прибыли, обеспечивающей высокий уровень заработной платы для работников и дивидендов для акционеров [3]. Для корпораций,

придерживающихся принципа социальной ответственности, важны не только показатели прибыльности, но и благополучие персонала.

Соответствие политики корпораций нормам социальной ответственности бизнеса поддерживается и поощряется как интернациональными общественными организациями, так и правительствами отдельных государств. Во многих промышленно-развитых странах усиление социальной ответственности бизнеса воспринимается как актуальное направление общественного развития, поскольку на первый план выдвигаются честность и позитивное отношение компании не только к акционерам, но и к своим работникам, и к обществу в целом.

Развитие социальной ответственности бизнеса позволяет сформировать позитивный внешний и внутренний имидж корпорации. В рамках данной работы интерес представляет внутрикорпоративная социальная ответственность, направленная на формирование внутреннего позитивного имиджа компании в целях привлечения и удержания квалифицированного персонала, формирование лояльности персонала к организации, положительной трудовой мотивации и комфортности при выполнении своих трудовых функций. Забота о сотрудниках и удовлетворение их потребностей и интересов позволит корпорации достичь долгосрочных стратегических целей компании, базируясь на человеческом ресурсе, имеющем, как правило, скрытый потенциал.

Развитие внутрикорпоративной социальной ответственности означает сознательное принятие бизнесом определенных обязательств в отношении персонала, даже в условиях кризиса.

Существуют многообразные средства внутрикорпоративной социальной ответственности, среди которых можно назвать: отказ от теневых форм социально-трудовых отношений; создание справедливых систем оценки персонала; обеспечение конкурентного уровня заработной платы сотрудников; применение прозрачных систем вознаграждения персонала; оказание сотрудникам социальных услуг и льгот; предоставление персоналу возможностей для развития и карьерного роста; формирование действенной корпоративной культуры; обеспечение участия наемных работников в управлении, в прибыли и в собственности.

Использование данных средств определяет основные принципы работы с персоналом по различным направлениям. При этом не следует забывать, что забота о персонале может быть только

комплексной, и создание позитивного внутрикорпоративного имиджа – это цель, которой нельзя достичь с помощью осуществления только отдельного мероприятия или использования одного направления работы с персоналом [2].

Опираясь на обзор корпоративного управления и менеджмента российских компаний, следует заметить, что в отечественной науке и практике недостаточное внимание уделяется роли персонала в корпоративном управлении, а это также является сферой, влияющей на социальную ответственность бизнеса. Действенное привлечение персонала к менеджменту организаций – достаточно редкое явление. Однако, на наш взгляд, это средство внутрикорпоративной социальной ответственности заслуживает особого рассмотрения.

Концепция участия персонала в системе корпоративного управления предполагает различные возможности для вовлечения персонала в этот процесс [1]. Персонал может привлекаться посредством участия в собственности, в прибыли, в формировании и реализации корпоративной культуры, в менеджменте организации через программы социального партнерства, а также, путем создания и использования эффективных внутрикорпоративных коммуникаций. Эти механизмы позволяют заинтересовать персонал в продуктивной и продолжительной работе в корпорации, чем достигается одна из задач, поставленных перед социально ответственным бизнесом.

Широко используемые средства внутрикорпоративной социальной ответственности в кризисных условиях трансформируются, и значение того или иного средства в достижении поставленной цели корпорации может меняться. Некоторые инструменты не могут быть использованы в связи с отсутствием необходимых средств у корпорации или смещению акцента в политике на минимизацию затрат, другие – применяются только к отдельным категориям персонала, используя дифференцированный подход.

Существует мнение, что в условиях кризиса участие персонала в управлении, прибылях и собственности не рассматриваются как эффективные инструменты кадровой политики [2]. Однако, на наш взгляд, при недостаточных возможностях применения многих других средств внутрикорпоративной социальной ответственности, требующих существенных затрат, таких как: обеспечение конкурентного уровня заработной платы, оказании социальных услуг, предоставление возможностей для развития и т.п., следует обратиться к «нестандартным» средствам. Заинтересовать и удержать

квалифицированный персонал и управленческий штат помогает предоставление персоналу возможности участвовать в корпоративном управлении, что соответствует удовлетворению, в том числе, и «высших» потребностей персонала. Необходимо предусмотреть возможность участия персонала различного иерархического уровня, а не только высшего менеджмента.

Если участие персонала в прибылях и собственности ограничено, то есть возможность привлечь персонал к управлению посредством системы социального партнерства, корпоративной культуры и внутрикорпоративных коммуникаций. Проведенный анализ [1] показал, что данные формы привлечения персонала к корпоративному управлению являются в современных условиях наиболее приемлемыми для применения.

Однако формы участия, доступные той или иной категории персонала могут существенно различаться.

Например, участие рядового персонала в собственности организации не распространено, однако для большей заинтересованности топ-менеджеров к работе в корпорации рекомендовано предусмотреть для них опционный план.

К участию в прибыли и доходах привлекаются менеджеры различного уровня, однако для рядовых работников системами оплаты труда зачастую не предусмотрены премии за достижение конечных показателей работы организации или зависящие от дохода корпорации.

Рядовые наемные работники могут реализовать свое право на участие в управлении организацией, создавая представительные органы. Однако создание в корпорации профсоюза сталкивается с сопротивлением собственников и в связи с этим зачастую первичные профсоюзные ячейки в них отсутствуют.

Реальным механизмом участия рядовых работников в управлении может стать реализация коммуникационной политики корпорации. Персонал должен получать от работодателя информацию по вопросам, непосредственно затрагивающим их интересы, и участвовать в обсуждении и консультировании по ключевым проблемам работы организации, а также иметь возможность вносить предложения по ее совершенствованию.

Кроме того, все работники корпорации участвуют в реализации и формировании корпоративной культуры. Это универсальная форма участия, которая предполагает активную

трудовую и общественную позицию любого сотрудника. В условиях кризиса особенно важно сформировать такую корпоративную культуру, ценности которой будут разделяться всеми сотрудниками организации, т.е. она должна носить реальный, а не декларативный характер и способствовать консолидации коллектива.

Однако есть основания предположить ситуацию, когда часть персонала корпорации сознательно не захочет участвовать в управлении. Так, на стадии расширения и развития организации рядовые работники проявляют большую активность, чем, например, на стадии сокращения или выживания, когда организация испытывает трудности в своей деятельности. Особенно это заметно в отношении к корпорации рядовых работников, не мотивированных на длительную работу. В этой ситуации необходимо обращаться к другим средствам внутрикорпоративной социальной ответственности, доступным данной корпорации.

В условиях кризиса, зачастую, корпорации придерживаются кадровой политики, направленной на сокращение затрат на персонал. Однако одни и те же меры могут иметь неоднозначный смысл для компании в зависимости от ее реального экономического положения. Если корпорация сталкивается с действительно серьезными трудностями, то и неблагоприятные для сотрудников меры обоснованы. Однако, если кризис используется как предлог для экономии издержек на персонал с целью сохранения дохода собственников и топ-менеджеров в условиях стабильного положения корпорации на рынке, то такая политика является противоречащей принципам социальной ответственности.

Одним из основных принципов, которым надо руководствоваться в условиях кризиса социально ответственному бизнесу – социальная справедливость при сокращении издержек на персонал. Необходимо не допускать необоснованный разрыв в оплате труда и формах участия в доходах и прибылях рядовых сотрудников и топ-менеджеров корпорации.

Особое внимание все же следует уделять позиции топ-менеджеров и управленцев различных уровней, поскольку в значительной степени именно от их заинтересованности в успехе организации зависит эффективное функционирование корпорации. Для мотивации высшего и среднего управленческого персонала необходимо использовать весь арсенал форм привлечения персонала к

корпоративному управлению, включенный в вышеописанную концепцию.

Список литературы:

1. Иванова М.О. Концепция участия персонала в корпоративном управлении // Современный менеджмент: проблемы и перспективы. IV науч.-практ. конф. – СПб.: СПбГИЭУ, 2009. С. 241-245.
2. Озерникова Т. Работодатель с «человеческим лицом» // Кадровик. Трудовое право для кадровика. 2009. №11. С. 20 – 26.
3. Социальное развитие предприятий: учеб. пособие. Под ред. Н.А. Волгина, А.Н. Аверина. – М.: КНОРУС. 2006.

ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ КАК ЗАЛОГ УСПЕХА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Касенова А. Ж.

к. э. н., АО «Финансовая Академия» г. Астана

E-mail: wirtgenastana@mail.ru

В условиях современной рыночной экономики выбор инновационной стратегии является залогом успеха инновационной деятельности предприятия. Иначе можно оказаться в кризисе, если не суметь предвидеть изменяющиеся обстоятельства и отреагировать на них вовремя.

Выбор инновационной стратегии является важнейшей составляющей цикла инновационного менеджмента. Сегодня предприятию недостаточно иметь хороший продукт, необходимо также внимательно следить за появлением новых технологий и планировать их внедрение в своей фирме, чтобы не отстать от конкурентов.

Основу выработки инновационной стратегии составляют теория жизненного цикла продукта, рыночная позиция фирмы и проводимая ею научно-техническая политика. Выделяют следующие типы инновационных стратегий [1]:

1. Наступательная – характерна для фирм, основывающих свою деятельность на принципах предпринимательской конкуренции. Она свойственна малым инновационным фирмам.

2. Оборонительная – направлена на то, чтобы удержать конкурентные позиции фирмы на уже имеющихся рынках. Главная функция такой стратегии – активизировать соотношение "затраты -

результат" в инновационном процессе. Такая стратегия требует интенсивных НИОКР.

3. Имитационная – используется фирмами, имеющими сильные рыночные и технологические позиции. Имитационная стратегия применяется фирмами, не являющимися пионерами в выпуске на рынок тех или иных нововведений. При этом копируются основные потребительские свойства (но не обязательно технические особенности) нововведений, выпущенных на рынок малыми инновационными фирмами или фирмами-лидерами.

Согласно современной экономической науке, в каждый конкретный период времени конкурентоспособная производственная единица (фирма, предприятие), специализирующаяся на выпуске продукции для удовлетворения определенной общественной потребности, вынуждена работать над товаром, относящимся к трем поколениям техники – уходящему, господствующему и нарождающемуся (перспективному) [2].

Определяющим в формировании конкурентоспособной научно-технической политики предприятия (фирмы) служит то обстоятельство, что средства в развитие и освоение продукта нужно вкладывать значительно раньше, чем будет получен реальный эффект в виде завоеваний прочных позиций на рынке. Поэтому стратегическое планирование научно-технической политики требует достоверного выявления и прогнозирования тенденций развития каждого поколения соответствующей техники на всех стадиях его жизненного цикла. Необходимо знать, в какой момент предлагаемое к освоению поколение техники достигнет максимума развития, когда к этой стадии придет конкурирующий продукт, когда целесообразно начать освоение, когда – расширение, а когда наступит спад производства.

Полный цикл жизни отдельного поколения техники (от первых научных разработок принципа действия до снятия с промышленного производства) в условиях рыночной экономики, как правило, формируется разнонаправленными усилиями множества предприятий и фирм. Он охватывает как минимум три частных цикла: научный, изобретательский и производственный. Названные циклы на протяжении жизни одного поколения техники друг за другом последовательно, но с некоторым взаимным наложением во времени.

Многочисленными исследованиями доказано, что между этими циклами имеется статистическая связь через временной лаг,

равный определенному средневероятному промежутку времени. Этот лаг располагается между моментом появления технического решения (либо между моментом оформления, регистрации технической идеи, проекта и т.д., например, получением патента на изобретение) и моментом максимального объема использования этой идеи, проекта и т.д. в промышленности. В связи с этим научно-техническая политика предприятия (фирмы) должна тщательно отслеживать отечественные и мировые тенденции развития науки и техники.

Направления выбора инновационной стратегии с учетом рыночной позиции (контролируемая доля рынка и динамика его развития, доступ к источникам финансирования и сырья, позиции лидера или последователя в отраслевой конкурентной борьбе) показаны на рисунке 1.

Р ы н о ч н а я п о з и ц и я	<i>сильная</i>	приобретен ие другой фир мой	стратегия следования за лидером	Интенс ивные НИОКР, технологическо е лидерство
	<i>благоприя тная</i>	рационализ ация	↖ ? ↗ ↙ ↘	поиск выгодных фер приложения технологии
	<i>слабая</i>	ликвидация бизнеса	рационализ ация	организа ция "рискового" проекта
		<i>слабая</i>	<i>благоприятн ая</i>	<i>сильная</i>
	Технологическая позиция			

Рисунок 1 - Направления выбора инновационной стратегии

Разработка инновационных стратегий связана с большими маркетинговыми исследованиями, а значит с затратами на их поведение. Следующая таблица свидетельствуют о зависимости затрат на маркетинговые исследования от объема оборота [3].

Таблица 1 – Средний уровень затрат на маркетинговые исследования

Объем оборота, млн. денежных единиц	Средний уровень затрат на маркетинговые исследования в зависимости от оборота, %
Ниже 10	0,30
10-50	0,20
50-100	0,10
200-400	0,11
400-1000	0,05
Выше 10000	0,06
Общая средняя	0,12

Следует отметить, что в промышленности средств потребления уровень затрат на маркетинговые исследования значительно выше.

По прогнозам Министерства экономики и бюджетного планирования РК темп роста инвестиций в обрабатывающую промышленность будет увеличиваться (рисунок 2).

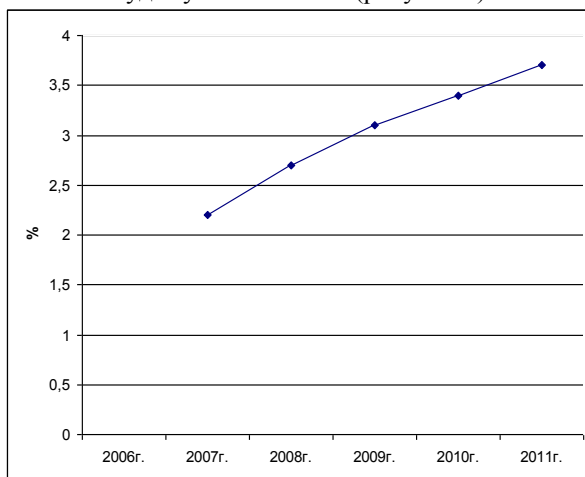


Рисунок 2 – Темпы роста инвестиций в обрабатывающую промышленность (по прогнозу МЭБП)

Однако инвестиции в основные средства технологических отраслей (за 2007 год) составили единицы и доли процентов от инвестиций в сырьевые отрасли, что еще более усугубило состояние несырьевых отраслей. Для решения задачи перехода к сбалансированной экономической структуре государство сконцентрировало свои усилия на создании условий для дальнейшей диверсификации экономики. Основным инструментом данной политики является стратегия индустриально-инновационного развития на 2003-2015 годы, направленная на опережающее развитие обрабатывающего сектора и на этой основе постепенного преодоления сырьевой ориентации.

Определяющим фактором успеха в повышении производительности и конкурентоспособности промышленности является инновационная деятельность, использование научно-технического и технологического потенциала и создание на его основе конкурентоспособного производства. В структуре инновационной продукции Казахстана существенную долю (более 64%) занимает продукция, подвергавшаяся усовершенствованию. На долю продукции, вновь внедренной или подвергавшейся значительным технологическим изменениям, приходится 28,6% от общего объема инновационной продукции.

Для активизации инновационной деятельности в первую очередь необходимо увеличивать объемы бюджетного финансирования прикладных НИОКР. В 2008 году из республиканского бюджета было выделено приблизительно 443 млн. тенге на прикладные НИОКР технологического характера. Ожидается, что за счет бюджетного финансирования прикладных НИОКР доля выпуска инновационной продукции и услуг инновационного характера в общем объеме выпускаемой продукции будет планомерно увеличиваться с 2,8% в 2008 году до 3,5% в 2001 году.

Список литературы:

1. Медынский В.Г. «Инновационный менеджмент», - М.: Инфра-М, 2002.
2. Балабанов И.Т. «Инновационный менеджмент», - СПб.:ИД Питер, 2001.
3. Багиев Л.Г., Моисеева Н.К., Черенков В.И. «Международный маркетинг», - Питер, 2008.

ЛИЗИНГ КАК ЭЛЕМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Королева Л.Р.

преподаватель филиала ЮУИИУиЭ, г. Каргалы

E-mail: Koroleva_Simchenko_LR@mail.ru

Управление финансовыми ресурсами предприятия включает в себя не менее четырёх составляющих: управление денежными потоками и расчётами; управление доходами, прибылью и рентабельностью; управление расходами, прибылью и рентабельностью; управление активами фирмы; управление источниками финансирования деятельности фирмы [3].

Поэтому рациональное управление активами фирмы – это один из шагов к эффективному управлению финансовыми ресурсами в современных условиях. Любая хозяйственная операция отражается на величине активов фирмы. На момент создания предприятия его собственники уже выстраивают соответствующую структуру активов. В дальнейшем эта структура меняется, но неизменной остаётся отраслевая специфика. Решение по изменению величины, состава и структуры активов осуществляется в рамках инвестиционной деятельности [1]. В широком смысле (Investment) инвестиции – это оцененные в стоимостной оценке расходы, сделанные в ожидании будущих доходов.

С другой стороны, инвестиции – это осознанный отказ от текущего потребления в пользу возможного, относительно большего дохода в будущем, который, как ожидается, обеспечит и большее суммарное (т.е. текущее и будущее) потребление. Инвестиции имеют два признака: это затратность (сначала нужно потратиться, чтобы в последствии, возможно, получить доход) и риск (вероятность получения дохода в размере, устраивающем инвестора, как правило меньше единицы). В настоящее время инвестиционная деятельность как явление в известном смысле носит вынужденный характер, поскольку с её помощью обеспечивается конкурентоспособность, движение вперёд, тогда как неизменность, застой – это, по сути, начало регресса, падения.

Традиционно различают два вида инвестиций – финансовые и реальные. Финансовые – это вложения капитала в долгосрочные

финансовые активы (паи, акции, облигации), реальные инвестиции – это вложения в развитие материально-технической базы предприятий [7]. Хотя на практике инвестиции сужают до вложений долгосрочного характера, но и к инвестиционной деятельности можно отнести и любое целесообразное вложение денежных средств (например, покупка запасов сырья). Отсюда следует очевидный вывод: управление инвестиционной деятельностью в широком смысле можно понимать как управление её активами, её имущественным потенциалом.

Чтобы сохранить место на рынке, обеспечить конкурентоспособность своей продукции, предприятие должно систематически обновлять технологии, оборудование и другую технику. Поэтому как никогда необходимо инвестирование через различные формы аренды оборудования и техники, именуемое лизинг [6]. Лизинг на мировом рынке инвестиций составляет 30 %, при этом половина всего объёма используется в машиностроении, производстве промышленного оборудования, также в сфере малого и среднего бизнеса.

Предприятие - лизингополучатель имеет возможность использовать дорогостоящую новейшую технику без больших начальных вложений. Платежи по лизингу ведутся из суммарной прибыли, полученной от используемого арендуемого имущества, и не подлежит налогообложению, поскольку является арендной платой.

Размер платежей определяется при подписании договора, поэтому он не зависит от колебаний валютного курса и изменения банковского процента. При подготовке расчётов по лизингу оборудование оценивается в текущих ценах, а арендные взносы из будущих поступлений, становятся средством снижения инфляции вследствие неизменности цен на оборудование [5].

Лизинг позволяет увеличить ресурсы предприятия при невозможности их возрастания за счёт других источников, улучшает ликвидность предприятия, не оказывает влияние на уровень банковской задолженности предприятия, оставляя кредитную линию нетронутой. В развитии лизинга заинтересованы не только лизингополучатели как потребители оборудования, но и предприятия-производители, поскольку за счёт лизинга расширяется рынок сбыта выпускаемого ими оборудования.

Для компаний как инвесторов лизинг обеспечивает необходимую прибыль на вложенный капитал при более низком риске

(по сравнению с обычным кредитованием) за счет действенной защиты от неплатежеспособности клиента. До завершающего платежа компания остаётся юридическим собственником лизингового оборудования и в случае срыва расчётов может востребовать это оборудование и реализовать его для погашения убытков. В случае банкротства лизингополучателя оборудование в обязательном порядке возвращается лизинговой компании. На отечественном рынке большое количество потенциальных клиентов, нуждающихся в современном технологическом оборудовании, но не способных совершить крупные единовременные вложения финансовых средств в это оборудование. Причиной тому служит тот факт, что в целом по России коэффициент выбытия основных фондов значительно превышает коэффициент обновления, причём для предприятий лизинг является, подчас единственным решением проблемы обновления и совершенствования основных фондов [2].

Большинство российских лизинговых компаний, например «Балтийский лизинг», «Лизингбизнес», «Интеррослизинг», «РГ-Лизинг», созданы при непосредственном участии банков. Причем большую роль играет созданная по инициативе Московского фонда поддержки малого предпринимательства Московская лизинговая компания, основным кредитором которой является Правительство Москвы, а основной задачей – поддержка малого бизнеса и использование механизмов финансового лизинга.

Сделки международного лизинга позволяют российским лизингополучателям проводить более масштабные операции по техническому перевооружению и реконструкции предприятий за счёт привлечения больших объемов капиталовложений, а также налаживать производственные связи с другими странами. Наиболее ярким примером в этой области может служить выход отечественных авиакомпаний на зарубежный рынок с помощью международного лизинга авиационной техники [4].

На протяжении последних нескольких лет на российском рынке успешно развивается импортный международный лизинг с участием ряда иностранных фирм. Так, японские компании специализируются на поставке оборудования для рыбоперерабатывающих предприятий, датские - на поставке сельскохозяйственной техники, американские – авиационной техники.

Государство также поддерживает лизинговую деятельность, особенно два направления: приобретение сельскохозяйственного

оборудования и техники, а также воздушных судов отечественного производства. Анализ ситуации на рынке с 1995 г. свидетельствует о складывающейся положительной динамике его развития. Достаточно высокие темпы роста лизинговых операций были обусловлены, прежде всего, развитием экономики страны, потребностью в увеличении инвестиций в основные фонды и возможностью получения льгот при лизинге, ослаблением общей налоговой нагрузки, улучшением условий кредитования лизинговых компаний, благоприятными изменениями в законодательстве, регулирующими лизинговую деятельность в России [2]. При этом темпы роста лизинговых операций увеличиваются и опережают рост валового внутреннего продукта и промышленного производства. Представляет интерес анализ структуры лизинговых активов в РФ. Наибольшую долю в общем объеме лизинговых активов в 2009 г. составляли железнодорожное оборудование (15,7 %), автотранспортные средства (14,5 %), авиатехника (14,1 %), телекоммуникационное оборудование (13,0 %), сельскохозяйственное оборудование (9,3 %), энергетическое оборудование (3,6 %). В последнее время наблюдается устойчивый рост объемов лизинговых операций в пищевой промышленности, на рынке полиграфического оборудования, строительного и дорожно-строительного оборудования.

По оценкам экспертов развитие лизинга в России в дальнейшем будет происходить на фоне увеличения общего объема лизинговых операций, а также освоения новых сфер лизинговой деятельности [5]. Успешное развитие лизинга во многом зависит от политической и экономической стабильности в стране. Можно выделить ряд основных причин, которые сдерживают развитие лизинговой деятельности:

1. Недостаток финансовых ресурсов лизинговых компаний, которые зависят от банков-учредителей. При ухудшении финансового положения банка финансовое положение лизинговой компании становится неустойчивым.

2. Достаточно высокие процентные ставки по кредитам. Российские банки предоставляют кредиты на небольшой срок (три – пять лет), с высокой процентной ставкой, в то время как лизинговым компаниям необходимы средства на более длительный срок с приемлемой процентной ставкой.

3. Отсутствие вторичного рынка оборудования.

4. Не всегда благоприятные условия налогового и валютного законодательства.

5. Таможенные барьеры, препятствующие развитию международного лизинга.

Однако, несмотря на существующие проблемы, лизинг является перспективным видом инвестиционной деятельности. Спрос на лизинговые услуги в России в настоящее время очень высок, так как потребности модернизации и обновления основных фондов у российских предприятий достаточно большие, а доступные финансовые ресурсы и механизмы ограничены.

Список литературы:

1. Газман В.Д. Финансовый лизинг. М.: ГУ ВШЭ, 2003. – 246 с.
2. Горемыкин В.А. Лизинг. М.: Информцентр XXI в., 2005. – 358 с.
3. Ковалев В.В. Основы теории финансового менеджмента. М.: Проспект, 2009. -544 с.
4. Коршунов Н.М. Лизинг. Экономические и правовые основы. М.: ЮНИТИ, 2001. -340 с.
5. Конвенция Международного института унификации частного права «О международном финансовом лизинге»//Консультант Плюс, 2009.
6. Макеева В.Г. Лизинг М.: ИНФРА-М, 2009. -312 с.
7. ФЗ от 29.12.1998 № 164 «О финансовой аренде»(в редакции от 29.01.2002 г.)// Консультант Плюс, 2009.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЕЛОВОЙ КАРЬЕРОЙ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Краснослободцева Е.С.

Канд. экон. наук, доцент ФГОУ ВПО «ПАГС имени П.А.

Столыпина», г.Саратов

E-mail:eskra2808@rambler.ru

Акцент на развитие персонала, планирование карьеры и деловую активность сотрудников стал отличительным признаком инновационного стратегического управления персоналом успешных организаций. При этом принципиальное значение в развитии карьеры имеет планирование персонала, его подготовка и обучение, постановка реальных целей и определение лидерских позиций. Важную роль

играет соответствие стратегии развития персонала и общей стратегии организации.

Так, в экономике государства на первый план выходит управление развитием трудовых ресурсов, а в организации – управление развитием ресурсов каждого работника.

Карьера – это индивидуально осознанные изменения позиции и поведения, связанные с относящимися к работе опытом и деятельностью на протяжении рабочей жизни человека [1 с.17]. Карьера является одной из форм реализации активности личности, проявлением синтеза знаний и стечения обстоятельств. Желание человека оптимизировать карьерное развитие с помощью управления связано с демократизацией жизни. Демократизация способствует созданию условий для свободного самоопределения, самореализации, самостоятельного выбора человеком путей движения в социальном пространстве общества. Но свобода порождает конкуренцию, которая ставит перед каждым проблему достижения личных успехов и опережения других. Вместе с тем, карьерный рост – второй по значимости для сотрудников мотивационный фактор после заработной платы [2 с.18]. Однако, большинство работников не занимается планированием своей карьеры. Прежде всего, это связано с отсутствием у работников знаний и практического опыта планирования карьеры, что обуславливает необходимость формирования системы управления деловой карьерой персонала в организации. Кроме того, целесообразность формирования системы управления деловой карьерой персонала в организации связано с влиянием системы управления деловой карьерой на результаты и характер деятельности организации. Повышение эффективности функционирования организации при содействии развитию карьеры работников в рамках системы управления достигается повышением производительности их труда. Основу данной системы составляют такие составляющие как повышение мотивации и степени удовлетворенности работой в организации, снижение издержек, связанных с текучестью кадров, рациональное использование профессионального потенциала. Устойчивость и конкурентоспособность организации в изменяющейся рыночной среде во многом зависит от бесперебойности замещения кадров на ключевых должностях, преемственности организационного опыта и культуры, профессиональной мобильности управленческого персонала. Качество данных организационных характеристик во многом определяется

характером развития и продвижения работников в организации. Бессистемность в развитии деловой карьеры работников может ослабить организацию. В частности, отсутствие эффективного механизма отбора, ориентированного на управленческую компетентность, может способствовать субъективизму, протекционизму, при которых продвижение на ключевые должности приобретает характер карьеризма. В результате снижается эффективность использования ресурсов организации, а продвижение в высшие слои иерархии одного некомпетентного работника может послужить причиной цепной реакции замещения руководящих постов подобными ему дилетантами.

В процессе формирования системы управления деловой карьерой персонала необходимо учитывать, что карьера является взаимодействием трех групп факторов:

1. личности самого человека;
2. профессиональной среды, в которой человек работает и развивается;
3. вне рабочей среды, в которой он живет и отдыхает [3 С.33].

Современная структура системы управления деловой карьерой персонала в организации включает следующие основные параметры:

1. Пространство перемещений, характеризующее возможности продвижений работников. Оно определяется организационными структурами, штатным расписанием и формами самой карьеры.

2. Причины или основания для перемещений, обеспечивающие возможности заполнения вакансий, которые появляются при освобождении должностей. Также возможно создание новой должности «под конкретного человека», которого необходимо освободить от занимаемой им в настоящее время должности.

3. Направления перемещений, к которым относятся: вертикальное, горизонтальное и горизонтальное перемещение в перспективную проектную группу.

4. Профили перемещений, предполагающие вертикальные перемещения с сохранением профиля обязанностей. Следует подчеркнуть, что данный вариант возможен для крупных организаций со стабильной иерархией и многочисленными однородными должностями, где карьера может строиться по уровням иерархической позиции одного и того же профиля деятельности.

5. Частота перемещений и скорость продвижения, определяемые временем пребывания сотрудников на должностях и

зависящие от барьеров, которые существуют между уровнями иерархии, а также от функциональных разграничений между смежными областями работ.

6. Уровень карьерной активности организации, характеризуемый суммой мероприятий, которые проводит организация для активизации всех основных характеристик карьеры как одной из систем развития сотрудников. В первую очередь данный параметр зависит от правового регулирования, размеров организации и динамики ее развития.

При формировании системы управления карьерой персонала в организации необходимо разработать систему подготовки кандидатов на высшие должности, которая включает:

- предоставление потенциальным кандидатам на высшие управленческие должности как можно раньше права самостоятельного принятия решений возложение на них определенной ответственности, для данных целей могут использоваться филиалы и отделения организации;

- предоставление возможности приобретения теоретических знаний и практического опыта в выполнении различных управленческих функций путем горизонтальных перемещений и специальных программ переподготовки;

- развитие навыков управления персоналом, общение с людьми;

- формирование навыков применения системного подхода к анализу технических и экономических программ;

- разъяснение значения всех элементов работы с персоналом.

Важное значение в системе управления карьерой имеет технологический потенциал. Так, технологический потенциал для реализации карьеры персонала в организации можно представить как набор конкретных социальных технологий, разработанных в соответствии с функциями планирования и контроля, возможность использования которых, определяется конкретными управленческими задачами и условиями, реально существующими в организационной среде [1 С.57]. Среди технологий карьерного развития можно отметить такие как прогнозирование продвижения; технология самооценки карьерных возможностей; развитие потребностей участия в карьерном процессе; самоорганизация карьерного роста; экономия времени в достижении карьерных целей; преодоление карьерного кризиса.

Прогнозирование продвижения как технология представляет собой построение модели будущей карьеры с детальным наполнением каждого этапа реальными задачами и достижениями. Данная технология включает использование методик самооценки, самоанализа и самоконтроля с целью поддержания карьерного настроя. В основе разработки карьерного прогноза важно использовать поисковый или исследовательский прогноз, при которых анализируются варианты наиболее типичных карьер, а также моделирование собственного карьерного развития. Возможно использование нормативной методики прогноза, который строится на принципах определения путей и сроков достижения карьерных целей.

Технология самооценки карьерных возможностей основана на знании методик оценки и самооценки личностных, деловых и профессиональных качеств. Результативность самооценки карьерных возможностей зависит в целом от настроя субъекта карьеры на успешность. Самоосознание успешности достигается путем выработки способности рефлексировать и принимать критику со стороны служебного окружения. Важным элементом в технологии самооценки выступает способность оценивать результаты работы над собой сопоставлять самооценку с оценкой окружающих и на основе этого корректировать карьерные цели.

Развитие потребностей участия в карьерном процессе как технология помогает субъекту карьеры формировать в целом позитивный жизненный настрой. Желание быть вовлеченным в карьерный процесс, основано на естественном стремлении человека реализовать свой потенциал. В основу данной технологии положены принципы, характеризующие «жажду к деятельности», что означает деятельностную активность, стремление не останавливаться на достигнутых результатах, стремление к соперничеству. Такой акмеологический характер поведения субъекта карьеры сопоставим с достижением уровня самоактуализации личности, как высочайшей формы удовлетворения потребностей в иерархии потребностей Абрахама Маслоу.

Самоорганизации карьерного роста как технология представляет собой процесс спонтанного упорядочения функциональных связей и целевых задач в практической деятельности. Сущность данной технологии состоит в развитии способностей направления собственной энергии в условиях организационной неопределенности в конструктивное русло по достижению про-

фессиональных, деловых, личных и т.п. задач. Каждая такая задача предварительно обосновывается и фиксируется в списке возможных достижений. Это своеобразное программирование деятельности, основанное на высочайшей личной организованности и дисциплине.

Экономия времени в достижении карьерных целей как технология основана на развитии способностей самоконтроля и самооценки в реализации намеченных целей в карьерном развитии. Детальное фиксирование и обоснование сроков в достижении поставленных целей позволяет субъекту карьеры реально определять каждый этап своего развития. Экономия времени на практике выражается в способностях к анализу и сопоставлению объемов затраченных ресурсов с количеством времени, которое может определяться сроками овладения новыми профессиональными знаниями и опытом. Таким образом, чем активнее будет насыщено служебное и личное время, направленное на саморазвитие, тем результативнее будет его карьера.

Преодоление карьерного кризиса как технология строится на выработке системы мер по преодолению последствий карьерного кризиса. В зависимости от степени кризисного состояния, на первоначальном этапе, применяются методики снятия стресса и напряжения, основу которых составляют антистрессовые упражнения: имаготерапия (лечение положительными образами), медитация, визуализация, аутогенная тренировка (дыхательная гимнастика).

Важно подчеркнуть, что в процессе функционирования системы управления деловой карьерой персонала в организации необходимо учитывать влияние личностных факторов работников. При этом личностные факторы, влияющие на карьеру подразделяются на способствующие и препятствующие. Так, к способствующим факторам относятся: высокая самоэффективность в сфере деятельности; интернальный локус контроля (внутренняя ответственность за свою деятельность); эмоциональная стабильность; развитый «карьерный инсайт» (уровень осознания своих сильных и слабых сторон). В числе препятствующих факторов можно отметить: низкую самоэффективность в сфере деятельности; экстернальный локус контроля (склонность приписывать ответственность внешним силам); эмоциональную нестабильность; слабо выраженный «карьерный инсайт».

Вместе с тем, успех планированию карьеры обеспечивают принцип результативности работы; доступные, открытые механизмы

занятия вакантных должностей; знания «портфеля» ресурсов личности.

Таким образом, грамотно разработанная система управления деловой карьерой персонала позволяет организациям:

1. Повысить производительность труда работников за счет повышения их мотивации;
2. Организовать бесперебойный процесс замещения ключевых должностей;
3. Обеспечить рациональное использование кадрового потенциала.

Совершенствование системы управления деловой карьерой работников позволяет приращивать управленческий потенциал каждого работника и организации в целом. Поскольку совершенствуя, развивая и рационально используя карьерное пространство, совершенствуется организационная структура.

Список литературы:

1. Данькова Е.В. Управление карьерой [Текст]: учебно-методическое пособие/ Е.В. Данькова. – Курск: Изд-во КИГМС, 2006. – 76 с.
2. Стрелкова Н. Смешанный подход к управлению карьерой. //Справочник по управлению персоналом. 2009. № 3. С. 18-21.
3. Сытник Н. Мотивационный подход к оценке карьеры. //Управление персоналом. 2008. № 6. С. 33-37.

ОЦЕНКА СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ)

Леопольд И.Е.

Аспирант РГТЭУ (Воронежский филиал)

E-mail: irinaqw78@yandex.ru

Конкурентоспособность предприятий молочной отрасли во многом определяется грамотно выбранной стратегией развития. В настоящее время современными российскими предприятиями накоплен богатый опыт их применения в своей практике. Но наиболее часто используются стратегии глубокого внедрения на рынок.

Проблему нехватки сырьевых ресурсов переработчики решают разными способами. Так, к примеру, группа компаний «Доминант» (ГК «Доминант») – крупнейший агропромышленный холдинг, производящий сахар и молочные продукты, выкупил ООО

«ГМЗ «Лискинский». К такому способу решения прибегают многие предприятия, чтобы расширить свою сырьевую базу. Таким образом, районные заводы превращаются в обычные пункты сбора сырья.

Другой вариант заключается в организации сбора сырого молока у ЛПХ. Однако, большинство переработчиков сотрудничать с частниками пока не спешат, из-за нестабильного, и просто низкого качества молока-сырья с ярко выраженной сезонностью поставок.

Средним предприятиям, чтобы создавать устойчивые конкурентные преимущества и укреплять свои позиции, необходимо использовать концепцию брендинга, выпускать не только традиционную, но и уникальную продукцию. В качестве уникальной продукции предприятия могут выпускать национальные продукты данного региона. Лучшей стратегией для средних игроков является производство узкоспециализированной продукции, ориентированную на определенную целевую аудиторию. Согласно экспертным наблюдениям, реализацией брендинга своей продукции занимается очень небольшая доля переработчиков, в силу ограниченности своих финансовых возможностей. Использовать собственные и заемные ресурсы могут только те переработчики, у которых налажен сбыт высокомаржинальной продукции, поскольку у них больше шансов привлечь инвестиционные ресурсы.

На сегодняшний момент в пищевой промышленности происходит активизация дифференцированной стратегии. Для пищевой промышленности характерна стратегия вертикальной, горизонтальной и смешанной интеграции, дифференциация бизнеса предприятий в сопредельные сферы продовольственного комплекса.

Примером такой стратегии является опыт «Вимм-Билль-Данн (WBD), которая развивает стратегию дифференциации, интеграции вперед. Не вкладывая инвестиций в аграрный сектор экономики.

В последнее время, перспективной становится стратегия поиска новых незанятых рыночных ниш. Для многих предприятий лучшей стратегией является производство высокорентабельной продукции, нацеленной на определенную аудиторию. Например, производство продукции из козьего молока. Себестоимость данной продукции выше, чем у классического продукта. Поэтому основными рынками сбыта выступают города с высокими доходами населения.

Следующая достаточно распространенная стратегия заключается в создании товаров разных категорий под одной маркой. Такая стратегия рассчитана на завоевание доверия со стороны потребителей. Так, под маркой «Вкуснотеево» продаются молоко, кефир, масло, ряженка и т. д.

Проведя анализ поведения отечественных товаропроизводителей на российском продовольственном рынке, можно убедиться, что аналогичные модели начинают выстраиваться на многих российских предприятиях.

При современном уровне развития общества проблема выживания организации в среднесрочной перспективе обязывает думать о создании эффективной торговой марки, которая будет символизировать деятельность компании в будущем. Разработка бренда – один из важнейших шагов формирования собственной аудитории будущего продукта [1]. Главное преимущество данной стратегии заключается в том, что если выпускаешь продукцию под известным брендом, то на раскрутку нового товара под этой же маркой потребуется гораздо меньше средств, чем запуск нового независимого бренда. Молокоперерабатывающие предприятия внедряют стратегии долгосрочного планирования и развития, с целью кардинальной перестройки сформировавшегося типа производства, разработки и внедрения не только определенных производственных технологий, но и формирование в своей деятельности иных форм поведения на определенном сегменте продовольственного рынка. В периоды активизации технологических изменений стратегий, направленных на инновационное развитие, должны оказывать системообразующий эффект. Дифференциация стратегических действий (технично-технологические, институциональные, маркетинговые, инновационные и др.) являются залогом структурных преобразований, выражающиеся в перестройке межотраслевых связей, которые предназначены для исполнения структурообразующих функций. Для того, чтобы предприятию обеспечить успешное функционирование, оно должно уметь возрождать свои ключевые стратегии, в крайнем случае предприятие потеряет свои конкурентные преимущества. Снижение конкурентных позиций предприятия характеризует не умение догонять происходящие изменения в отрасли. Отраслевая сфера трансформировала свои очертания быстрее, чем высшее руководство могло пересмотреть свои базовые убеждения и представления о том, какие рынки и каких клиентов обслуживать, какие технологии осваивать и как добиться наилучших результатов. Главным на сегодняшний день является умение товаропроизводителя создавать продукты с уникальным набором ценностей, что позволяет ему осваивать новые сегменты рынка и создавать барьеры для потенциальных конкурентов. Товаропроизводители должны обладать предвидением, завтрашние преимущества в конкурентной борьбе должны отличаться от сегодняшних. Имитирование образцов нередко оказывается упреждающей стратегией одаренных более богатым воображением

конкурентов. Главная задача высшего руководства – создание новых отраслей и новой стратегии.

В реальности набор эффективных стратегий крайне ограничен и зависит от конъюнктуры рынка, целей и возможностей фирмы. Существует, по меньшей мере, четыре основных типа стратегий [3].

Первый тип – (силовая) виолентная, стратегия. Характерна для фирм, производящих стандартизованный, добротный, массовый продукт с низким уровнем издержек или по умеренно высокой цене, которая становится источником конкурентных преимуществ для фирмы-виолента. Примером такого типа стратегии является деятельность фирмы «Вимм-Билль-Данн». Этот товарпроизводитель является одним из лидеров на молочном рынке, ОАО «Вимм-Билль-Данн» обладает хорошо развитой региональной сетью: дистрибьюторы компании работают в 28 крупнейших городах России и странах СНГ. «Вимм-Билль-Данн» выпускает на рынок высококачественную продукцию широкого ассортимента, что позволяет обеспечивать потребителей качественными продуктами по приемлемым ценам. Ассортиментный перечень компании постоянно расширяется и на сегодняшний момент составляет 1100 наименований. Продукция компании рассчитана на различные категории населения.

Второй тип – это пациентная, (нишевая) стратегия типична для предприятий, выпускающих высокоспециализированную и слабостандартизованную продукцию для определенной группы. Производитель старается контролировать небольшую часть рынка, постепенно завоевывая максимальную долю соответствующей рыночной ниши. Аналогичные стратегии реализуют предприятия, специализирующиеся на одном из сегментов рынка, например, на здоровом питании. Примером такой стратегии является деятельность молочного завода «Пискаревский». Пискаревский завод первым начал выпускать продукцию с бифидофлорой «Бифидок» и первые молочные продукты для диабетиков с заменителем сахара. Кроме этого, производятся кисломолочные продукты, имеющие лечебно-профилактические свойства, улучшающие обмен веществ, повышающие иммунную систему.

Третий тип стратегии конкуренции – коммутантная (приспособительная) стратегия. Предприятия, реализующие эту стратегию, производят неспециализированную продукцию для небольших специфических ниш, с целью удовлетворения краткосрочных

нужд конкретного потребителя. Повышение потребительной ценности происходит за счет индивидуализации услуги.

Такой тип стратегии присущ многим региональным молокоперерабатывающим предприятиям. Однако на современном этапе применения этого типа стратегии существуют некоторые особенности и специфические отличия.

Традиционно предприятия пищевой промышленности придерживаются стратегии экономии на затратах, однако эта стратегия позволяет добиться лишь краткосрочного эффекта. Но обострение ценовой конкуренции отрицательно отражается на качестве выпускаемой продукции. В случае снятия торговых барьеров на российский рынок станет поступать продукция пищевых компаний из стран с развитой рыночной экономикой. Если, она будет иметь более высокое качество и одновременно более низкую цену, то это позволит западным компаниям выиграть ценовую конкуренцию и захватить большую часть рынка, несмотря на краткосрочные потери. Несомненно, отечественным пищевым предприятиям необходимо использовать не только стратегию низких затрат и цен. Причиной использования такой стратегии связана с нестабильностью сырьевых рынков и зависимостью от поставщиков сырья и их цен.

Четвертый тип стратегии – это эксплорентная (пионерная) стратегия связана с радикальным преобразованием старых сегментов рынка. Предприятия, использующие такую тактику ведут бизнес в поиске революционных решений. Сегодня трудно найти пример молокоперерабатывающего предприятия, использующего такую стратегию, т.к. она более характерна для высокотехнологичного и инновационного типа бизнеса.

Постепенно рынок молочных продуктов приобретает цивилизованный вид. Ужесточение рыночной конкуренции вынуждает предприятия более конкретно определяться с моделью рыночного поведения, нацеленную на долгосрочную перспективу развития. Таким образом, продолжается процесс смены моделей рыночного поведения, формирования рыночных стратегий российскими предприятиями пищевой промышленности.

Маркетинговая стратегия молокоперерабатывающего предприятия представляет собой систему мероприятий в области производства и сбыта продукции на долгосрочный период.

Теоретически каждое предприятие имеет «цели-стратегии», которые регламентируют его деятельность. Комплекс «цели-

стратегии» задает основные направления поиска рыночных возможностей поддерживает в запланированных рамках затраты, определяет количество и квалификацию персонала. Доведенные до каждого работника цели, проработанные и обнаруженные на предприятии стратегии заставляют персонал приспособлять собственные цели к целям предприятия, собственные стратегии-к его стратегиям [2].

Нами был проведен социологический опрос руководителей и специалистов 8 молокоперерабатывающих предприятий Воронежской области, который свидетельствует о разных оценках конкурентных позиций предприятий, степени конкурентности рынка, конкурентных преимуществах предприятий. Такие оценки были вызваны неравенством условий для малых, средних и крупных предприятий. Государственным органам контроля невыгодно затрачивать много времени на проверки малых переработчиков, поэтому даже при выявлении нарушений размеры взысканий невелики и не оправдывают затраченного на них времени и средств. Поэтому большинство административных придинок и избыточных ревизий приходится на долю крупных переработчиков.

Для разработки экономических стратегий развития предприятий важно оценить основные цели, которые ставит руководство перед предприятием. На практике для многих сельскохозяйственных предприятий характерна «размытость» комплекса «цели – стратегии». Обычными целями являются, получение хорошей прибыли и развитие предприятия, стратегиями – сложившиеся традиции и методы деятельности. Такие стратегии теряют свой направляющий и стабилизирующий эффект, позволяют персоналу проявлять любое творчество, оправдывают любые затраты, способствуют распылению сил и средств.

Как показал опрос, в настоящее время предприятия распыляют ресурсы на достижение множества второстепенных целей, что мешает им сосредоточиться на главном. Тем не менее можно выделить основные цели, которые были названы респондентами. Это повышение расширение рынков сбыта, укрепление позиций на областном рынке, поддержание репутации предприятия, расширение ассортимента. Следует отметить, что «старые» предприятия в отличие от предприятий, возникших уже в период становления рынка, наряду с названными, по-прежнему в качестве приоритетной цели называют сохранение трудового коллектива.

Рисунок 1 позволяет проранжировать основные цели, которые ставит руководство перед предприятием по степени их важности. Это

повышение прибыльности производства, укрепление позиций на региональном рынке и расширение рынков сбыта, поддержание имиджа предприятия. Данные проведенного опроса показали, что произошла переориентация взглядов и рыночные цели стали преобладающими. С учетом того, что выживание не ставится в число первоочередных задач предприятия, говорит о том, что многие хозяйствующие субъекты уже приспособились к сегодняшним условиям.

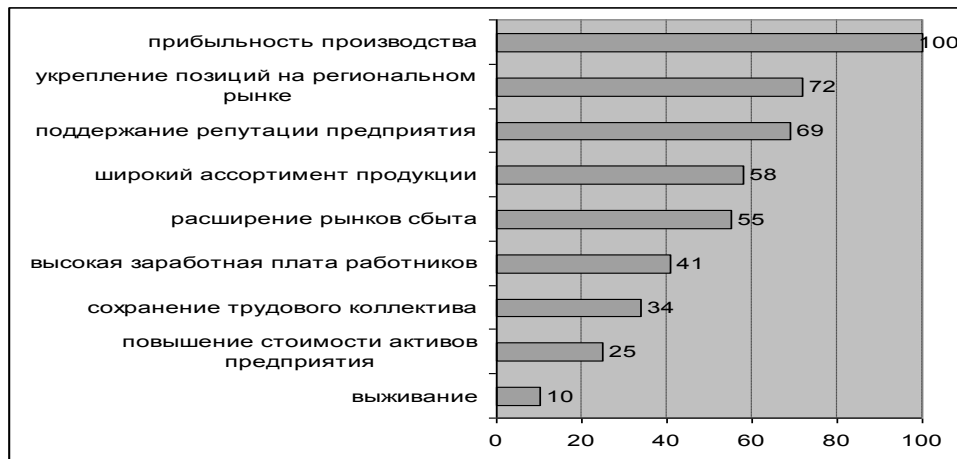


Рис. 1. Основные цели предприятий молочной промышленности Воронежской области

Многие респонденты на первое место ставят проблему обеспеченности сырьевыми ресурсами, как одну из важнейших составляющих устойчивого развития предприятия. Для отечественных товаропроизводителей характерно стремление к устойчивости межотраслевых связей с поставщиками. Учитывая жесткие требования современного рынка продовольствия и необходимость выработать конкурентоспособную продукцию, предприятия отрасли совместно с сельхозпроизводителями проводят работу по повышению качественных показателей молока.

Согласно опросу большинство предприятий сотрудничает с крупными поставщиками. Их доля в общем объеме поставляемого сырья занимает от 50 до 94%, что в среднем составляет 72%.

Респондентам было предложено оценить доступность входа на рынок их продукции. Основная доля руководителей отметили многочисленные административные трудности, что свидетельствует о слабости и низкой заинтересованности государственных структур в поддержке отечественного товаропроизводителя. В качестве основных барьеров были отмечены, во-первых, административные барьеры (устанавливаемые органами исполнительной власти всех уровней процедуры регистрации предприятий, выдачи лицензий на право деятельности, предоставление помещений и земельных участков, порядок ввоза вывоза продукции, квотирование и т.д.), во-вторых, экономические барьеры, связанные с несовершенством налоговой, кредитной, инвестиционной, ценовой политики государства, барьеры, связанные с существованием теневой экономики.

Рынку молочной продукции характерен высокий уровень конкуренции, что заставляет предприятия применять различные методы конкурентной борьбы. Однако региональные предприятия ведут недостаточно активную политику по отношению к конкурентам.

В ходе опроса руководители отметили факторы, воздействующие на покупательский спрос молочной продукции. По оценкам респондентов, спрос на молокопродукты в равной степени зависит от качества и цены продукции. Ценовой фактор на цельномолочную продукцию оказывает более существенную роль, а спрос на масло животное, сыр определяется параметрами качества. Поэтому конкурентные стратегии формируются на разных сегментах рынка молочной продукции по-разному.

Таким образом, можно сказать, что предприятия используют ограниченное количество конкурентных стратегий. Главными из которых является повышение качества продукции, путем выпуска продукции строго по установленным ГОСТам, расширение ассортиментной линии. Однако данная стратегия, требует крупных финансовых вложений, поэтому характерна больше для предприятий-лидеров.

Список литературы:

1. Магомедов, М.Д. Торговая марка как стратегический инструмент конкурентоспособности [Текст] / М.Д. Магомедов, А.Р. Романова // Пищевая промышленность, 2006.-№8.-С. 28.
2. Хицков, И.Ф. Экономика АПК областей ассоциации «центрально-черноземная» центрального федерального округа РФ [Текст] / И.Ф. Хицков, Г.И. Макин, Г.Ф. Федоров.-Воронеж: Центр духовного возрождения Черноземного края, 2006.-С. 173-174.
3. Юданов, А. Ю. Конкуренция: Теория и практика [Текст]:

Учеб.-практ. Пособие / А.Ю. Юданов.-2-е изд., испр. И доп.—М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», Изд-во «ГНОМ-ПРЕСС», 1998.-С. 54.

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ БИЗНЕС-СИСТЕМЫ, ИХ ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И ПРИМЕНЕНИЕ В УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Мустафина Г.Г.

*аспирант, ассистент Кафедры Менеджмента Национальный
Исследовательский Университет КГТУ им.А.Н.Туполева (КАИ)*

г.Казани

E-mail: business0909@rambler.ru

*Именно то, как вы собираете,
организуете и используете информацию,
определяет, победите вы или проиграете.
Билл Гейтс, основатель корпорации Microsoft*

Автоматизация бизнес-процессов уже давно не является новинкой в рационализации управления предприятием, но всё же до сих пор является камнем преткновения на пути предприятий к достижению ими поставленных целей. Актуальность этой проблемы обусловлена неотъемлемой связью изменений во внешней среде и ее высокой подвижностью, неотъемлемой необходимостью в налаживании обратной связи и коммуникаций между организационными уровнями управления и компании с внешними контрагентами, необходимостью в создании общей выборочной информационной доступности к контурам этих бизнес-систем и множеством других факторов, обуславливающих успех работы современного предприятия и организации на предприятии преуспевающего менеджмента.

Выбирая для своего предприятия систему автоматизации управления ресурсами предприятия (Enterprise Resource Planning, ERP) или управления отношениями с клиентами (Customer Relationships Management, CRM), мы ищем программный продукт, который соответствует нашим бизнес-потребностям и размерам нашего бизнеса, будет готов к росту вместе с нашим бизнесом, поможет

решать задачи отрасли, в которой мы работаем, и достаточно прост в использовании.

Для обеспечения потребностей различных предприятий Microsoft предлагает на территории России следующие перечисленные продукты:

- Microsoft Dynamics AX (ERP-система для средних и крупных предприятий, применяют более 12 тыс. клиентов в мире);

- Microsoft Dynamics NAV (ERP-система для малых и средних предприятий, применяют более 76 тыс. клиентов в мире);

- Microsoft Dynamics CRM (система для предприятий любого масштаба, применяют более 20 тыс. клиентов (более 1 млн. рабочих мест) в мире).

Рассмотрим более подробно функциональные особенности и специфику применения системы Microsoft Dynamics AX.

Microsoft Dynamics AX (ранее Microsoft Axapta) — многофункциональная система управления ресурсами предприятия (ERP II) для средних и крупных компаний. Она охватывает все области менеджмента: производство и дистрибуцию, цепочки поставок и проекты, финансы и средства бизнес-анализа, взаимоотношения с клиентами и персоналом. В основе продукта лежат хорошо знакомые концепции и технологии программного обеспечения Microsoft, что дает возможность строить современные бизнес-решения, интегрированные с уже работающими практически в каждой компании приложениями, а следовательно, значительно сократить ресурсы, необходимые для обучения сотрудников, и дать им возможность сосредоточиться на достижении целей бизнеса. Реализованные в системе лучшие мировые бизнес-практики помогают руководителям компаний оперативно принимать обоснованные управленческие решения и реализовывать их. Microsoft Dynamics AX успешно работает более чем в 12 000 компаниях из сотни с лишним стран мира[2].

Решение обеспечивает лучший в своем классе показатель отдачи инвестиций (ROI). В частности, исследование аналитической фирмы Nucleus Research, в рамках которого была проведена оценка ROI для различных ERP-систем, показало, что 75% компаний, которые приобрели эту систему, окупили вложенные средства менее чем за два года. Microsoft Dynamics AX (ранее Microsoft Axapta) отличается исключительная проработанность интерфейса, благодаря чему пользователям удобно работать в системе. Microsoft Dynamics AX

обеспечивает быстрый доступ к наиболее часто используемым функциям. Пользователю не нужно переучиваться: работая с Microsoft Dynamics AX, он сможет сохранить прежние привычки, и ему будет легко ориентироваться в знакомой среде. Более того, пользователи могут работать с Microsoft Dynamics AX непосредственно из привычных программ Microsoft Office Word или Microsoft Office Excel. Все это существенно повышает уровень производительности как отдельного специалиста, так и компании в целом[3].

Microsoft Dynamics AX лучше всего подходит для таких компаний, где:

- работает до 10 тыс. сотрудников;
- потребность в автоматизации — от 20 до 500 одновременно работающих пользователей (на практике существуют инсталляции с числом пользователей более 1000, а также тестовые инсталляции для 3000 одновременно работающих с системой и более 32 тыс. обычных пользователей);
- имеются специфические и сложные бизнес-процессы (предприятия с распределенной структурой, холдинги, дистрибьюторские и производственные компании, работающие в сфере услуг, и т. д.).

К ключевым преимуществам Microsoft Dynamics AX относят:

- всесторонний анализ и удобство контроля бизнеса;
- наглядность представления информации и интуитивно понятный интерфейс;
- возможность управления группой компаний;
- низкая совокупная стоимость владения (TCO) и лучший в своем классе показатель ROI;
- полная картина финансовых операций для быстрого принятия правильных решений;
- уменьшение затрат на достоверный бухгалтерский учет, составление финансовой отчетности и анализ;
- эффективное управление денежными потоками;
- простой инструментарий финансовых операций и стратегического планирования;
- возможность управления финансами для международного бизнеса и распределенных холдинговых структур;
- соответствие требованиям российского законодательства;
- эффективная организация процесса продаж, позволяющая улучшить обслуживание клиентов;

- оптимизация закупок и складских операций;
- минимизация складских запасов благодаря разнообразным способам планирования;
- оптимизация производственного цикла и гибкое производственное планирование;
- возможность быстрого внесения изменений в текущий производственный процесс и его отслеживания.

Из таких ярких примеров применения системы Microsoft Dynamics AX в городе Казани является хоккейный клуб «Ак Барс». Клубная система управления «Ак Барс» основана на платформе Microsoft Dynamics AX и охватывает информационное обеспечение практически всех финансовых и хозяйственных бизнес-процессов. Функциональность системы распространяется на ведение базы игроков, регистрацию игровой статистики, условий контрактов и результатов медицинских обследований хоккеистов. Система также позволяет автоматизировать процесс закупочной деятельности и управление продажами билетов, клубных абонементов и сувенирной продукции. Также этот продукт использует и казанский волейбольный клуб «Зенит-Казань».

Еще один из примеров применения системы Microsoft Dynamics AX, но уже в промышленности. Microsoft входит в Top5 рейтинга поставщиков ERP-систем для промышленных предприятий, составленного журналом Manufacturing Business Technology. Если мы занимаемся машиностроительным производством, мы обязательно должны, с одной стороны, сокращать отходы производства и снижать затраты, а с другой – разрабатывать и предлагать клиентам новые услуги, захватывать новые рынки. Ручное планирование мощностей уходит в прошлое – слишком сложны стали спецификации, слишком много полуфабрикатов, рабочих центров и вариантов технологических маршрутов. Наверно, вы слышали о принципах Lean Manufacturing («бережливого производства»)[1]. Так вот, Microsoft Dynamics AX поддерживает не только «бережливое производство», но и планирование качества продукции (Advanced Product Quality Planning, APQP), линейное согласование (In-Line Vehicle Sequencing, ILVS) и коллективную разработку продуктов конструкторскими бюро. Они помогут машиностроительному предприятию:

- строго отслеживать графики выполнения заказов, соответствие сметам и срокам;

- точно фиксировать пожелания клиента и однозначно транслировать их в технические задания;
- обеспечивать индивидуальный подход к выполнению заказов, ценообразованию и сервису.

Также система Microsoft Dynamics AX применяется и в пищевой промышленности. ОАО «Вамин Татарстан» является крупнейшим в Республике Татарстан вертикально-интегрированным сельскохозяйственным объединением, в состав которого входит 41 предприятие: молочных, хлебоприемных и зерноперерабатывающих, а также включает в себя различные агропромышленные предприятия. ОАО «ВАМИН Татарстан» имеет широкую сеть розничной торговли. Филиалы компании рассредоточены по городам Республики Татарстан. Это – 4 молочных комбината, 14 маслодельно-молочных комбинатов и заводов, 3 горькомолкомбината, 5 заводов сухого обезжиренного молока, 10 сыродельных заводов. Филиалы реализуют производимую продукцию через сеть розничных арендуемых и собственных магазинов (сеть из 130 розничных магазинов).

Уникальность проекта состояла в том, что построенное решение позволяет учесть специфику управления движением денежных средств в многопрофильных холдингах, имеющих в своем составе молочные, хлебоприемные и зерноперерабатывающие предприятия. Особенностью таких холдингов является территориальная удаленность подведомственных предприятий и привлечение большого объема кредитных ресурсов.

Построенное решение на ОАО «Вамин Татарстан» позволили решить следующие задачи:

- оперативно планировать движение денежных потоков по холдингу в целом;
- вести учет платежей в разрезе каждого подведомственного предприятия;
- прогнозировать потребность в денежных средствах для погашения кредитов и уплаты ссудных процентов по каждому кредитному договору;
- отслеживать кредитные истории;
- контролировать использование денежных средств предприятиями холдинга;
- анализировать процесс движения денежных средств по холдингу в целом и по отдельным предприятиям.

Исходя из выше приведенных примеров, наглядно видно, что продукт Microsoft Dynamics AX применяется как отраслевое решение, имея в каждой отрасли свою специфику и применяется в таких отраслях, как:

- [горнодобывающая промышленность](#);
- [металлургия и металлообработка](#);
- [нефтяная и газовая промышленность](#);
- [производство изделий из резины и пластмассы](#);
- [химическая промышленность, производство косметики и бытовой химии](#);
- [машиностроение, приборостроение и электроника](#);
- [розничная торговля](#);
- [энергетика и коммунальное хозяйство](#);
- [производство пищевых продуктов, напитков и табака](#);
- [профессиональные услуги](#);
- [СМИ и индустрия развлечений](#);
- [строительство и недвижимость](#);
- [телекоммуникации](#);
- [оптовая торговля и дистрибуция](#);
- [продажа и обслуживание автотранспорта](#);
- [транспорт и логистика](#);
- [банки и кредитные организации](#);
- [инвестиции и страхование](#);
- [лизинг](#);
- [здравоохранение, медицина и фармацевтика](#);
- [государственные учреждения](#).

Список литературы:

1. Монден Ясухиро, Система менеджмента Тойоты/Пер. с англ. М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2007.-216с.
2. В. Корепин «Microsoft Dynamics AX. Руководство пользователя. Том 1», ЭКОМ Паблишерз, 2008 г.-1080с.
3. Артур Гриф, Майкл Фрюргаард Понтоппидан, Ларс Драгхейм Олсен Microsoft Dynamics AX 4.0, ЭКОМ Паблишерз, 2008 г.-608с.

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ КАТАСТРОФ В АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕНИИ

Нагаева Е.А.

Канд. экон. наук, доцент НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, г.

Нижний Новгород

E-mail: lena.nagaeva@mail.ru

Теория катастроф изучает изменения, которым подвержена та или иная система во времени, она фиксирует определенные закономерности, связанные с ее переходом от одного состояния к другому, анализирует механизмы, обуславливающие смену режимов в ее динамике, причины, вызывающие перерыв постепенности, поступательности изменений отдельных параметров и системы в целом, их скачок на новый уровень, переход в новое качественное состояние.

Когда скоро не делается различия между развитием и изменением в динамике социально-экономической системы, то выводы теории катастроф могут толковаться как универсальные для любых общественных процессов. Содержанием развития, понимаемого как изменение, становится отход от прежнего, исходного состояния системы. И если “старое” состояние по каким-либо причинам было признано неудовлетворительным, новое заведомо должно быть лучше, т.к. оно связано с изменением, т.е. с развитием системы. [5]

В нашей стране важное значение для распространения идей теории катастроф и знакомства с ними широкого круга специалистов различного профиля, далеких от математики, имели работы В. И. Арнольда и его известная книга "Теория катастроф", в относительно доступной форме излагающая основы данной теории.

Пристальное внимание к теории бифуркаций и катастроф в настоящее время в условиях экономического кризиса вполне закономерно. Теория катастроф открывает различные аспекты изучения качественных изменений и переходных процессов. Теория катастроф рассматривает процесс трансформации с позиции организации переходных процессов во времени и пространстве. Важными, как представляется, являются и направления анализа, которые открываются при данной концепции для изучения содержательной стороны качественных трансформаций и переходных процессов в современной экономике.

Говоря о проблемах реформирования предприятий, находящихся на грани банкротства в условиях финансового кризиса, следует выделить два направления использования инструментария теории катастроф: первое связано с анализом механизмов потери устойчивости предприятием; второе — с возможностью обретения предприятием нового устойчивого состояния.

Аналитический инструментарий для выработки рекомендаций для каждого из названных направлений не совпадает: в первом случае анализ опирается на разрабатываемое в теории катастроф понятие критических уровней, пороговых значений в динамике отдельных экономических показателей деятельности предприятия; во втором — на изучение свойств аттракции. Практическое значение теории катастроф в первом случае определяется описанием основных параметров сбалансированного развития предприятия, выявлением критических уровней этих параметров и возможных решений для эффективной работы структурных и функциональных подразделений предприятия.

Поскольку потеря устойчивости на предприятии происходит в соответствии с действием стихийных механизмов развития, выводы теории катастроф оказываются полностью применимы для анализа условий, при которых предприятие перестает развиваться в динамике последовательно и вступает в фазу бифуркации. Рассматриваемые в этом ракурсе выводы теории катастроф оказываются наиболее актуальны для анализа условий, позволяющих избежать нежелательных бифуркаций, катастрофической потери устойчивости предприятия, что и происходит в современных условиях кризиса. Во втором случае, для фазы цикла качественного изменения предприятия, связанного с его переходом к новому устойчивому состоянию, выводы теории катастроф не могут толковаться столь однозначно и прямолинейно. Скачкообразный одномоментный перевод предприятия в новое устойчивое состояние, гипотетически рассматриваемый теорией катастроф, может стать основой для выработки рекомендаций по переводу в новое устойчивое состояние.

Возможно ли получить на основе теории катастроф рекомендации относительно того, как добиться перехода системы в состояние, признанное оптимальным и лучшим, для кризисных предприятий? Ответить на этот вопрос следует положительно, но при этом оговориться, что не следует ожидать от теории катастроф прямолинейных и однозначных рекомендаций, “простых решений”.

Теория катастроф рассматривает предельные состояния предприятия в аспекте ее устойчивости-неустойчивости, поэтому на ее основе можно в общем виде получить лишь общее представление о тех условиях, которые сопутствуют переходу предприятия из одного состояния в другое, в том числе и его стабилизации.

Существенным для обоснования рекомендаций по переводу предприятия из одного устойчивого состояния в другое или его стабилизации, антикризисного регулирования, является разработка в теории катастроф принципа “динамической системности”, согласованности, гармонического единства, динамики частей системы как целого, получившего название принципа “хрупкости хорошего “. На его разработку как на существенный момент в развитии теории катастроф указывает, в частности, В.Арнольд. Согласно этому принципу создает устойчивость целая гамма признаков, а ломает нарушение любого из них. [2]

Выводы, следующие из осмысления сформулированной зависимости, имеют существенное значение для изучения механизмов переходных процессов предприятия как на стадии нарушения устойчивости (бифуркации и кризиса), так и для обретения предприятием нового устойчивого состояния. Расшифровать данный принцип применительно к проблеме переходных процессов можно следующим образом: для того, чтобы нарушить устойчивость предприятия, достаточно воздействовать на отдельные показатели его экономического развития.

Итак, теория катастроф представляет собой исследовательскую программу изучения и прогнозирования неустойчивости различных предприятий. Такое название она получила потому, что потеря устойчивости по своим проявлениям может быть катастрофична, даже если не приводит к гибели или разрушению системы, а лишь обуславливает переход к иной траектории развития.

Значение элементарной теории катастроф состоит в том, что она сводит огромное многообразие ситуаций к небольшому числу стандартных схем, которые можно детально исследовать раз и навсегда.

Различают 7 канонических катастроф для функций одной или двух переменных и числа управляющих параметров, не превышающих 5. Теория катастроф определяет область существования различных структур, границы их устойчивости. Для изучения же динамики систем необходимо знать каким именно образом новые решения

уравнений "ответвляются" от известного решения. Ответ на такие вопросы дает теория бифуркаций (разветлений), то есть возникновения нового решения при критическом значении параметра. Момент перехода (катастрофический скачок) зависит от свойств системы и уровня флуктуаций.

Простейшая программа прогнозирования элементарной катастрофы в экономической системе может быть построена на основе данных о связи переменных, характеризующих ее поведение. Функции, описывающие эти связи, могут быть получены эконометрическими методами.

Например, связь двух переменных величин можно представить уравнением

$$y = x^3/3 + a \cdot x \quad (1),$$

где y и x — переменные, a — параметр; множитель $1/3$ в первое слагаемое введен для упрощения преобразований.

Уравнение представляет собой функцию, характер которой определяется величиной параметра a . Если этот параметр положителен, то функция носит монотонный характер, ее график — плавная монотонно возрастающая кривая. Но если параметр a уменьшается, то при нулевом его значении тип функции меняется. При нулевом значении параметра изменяются характер связи в системе и поведение системы, это изменение называют бифуркацией.

При отрицательной величине параметра a функция, описываемая уравнением, представляет собой уже немонотонную функцию. Она имеет максимум и минимум при значениях $x = \pm a^{1/2}$.

Связь между переменными в определенной окрестности начала координат будет не однозначной. Одному значению переменной y будут соответствовать теперь три разных по величине значения переменной x . Таким образом, при монотонном плавном изменении переменной y переменная x будет изменяться скачкообразно. Это и будет катастрофа.

Если установлено, что между переменными, характеризующими поведение системы, связь описывается уравнением вида (1), то можно утверждать, что в системе возможно проявление неустойчивости.

Если параметр a положителен, но выявлена тенденция его уменьшения, то можно считать, что система приближается к катастрофе. В обоих случаях необходимо продолжить изучение

системы и выявить условия или возможные сроки наступления катастрофы, оценить ее вероятные последствия.

Тип элементарной катастрофы, определяемой связью, которая описывается уравнением (1), носит название катастрофы складки, поскольку в пространстве трех координат — двух переменных и параметра a — поверхность, описываемая уравнением, имеет вид складки, начинающейся при $a = 0$ и углубляющейся по мере дальнейшего уменьшения параметра.

Каспoidные катастрофы: складка, сборка, ласточкин хвост, бабочка, вигвам;

Омбилические катастрофы: эллиптическая омбилика, гиперболическая омбилика, параболическая омбилика, вторая эллиптическая омбилика, вторая гиперболическая омбилика, символическая омбилика.

Каспoidные катастрофы связаны с неустойчивостью связи одной переменной x_1 со всеми другими, а омбилические катастрофы — с неустойчивостью связи двух переменных x_1 и x_2 со всеми другими.

Программа анализа возможностей появления элементарных катастроф связана с оценкой возможности описания связей в системах уравнениями типа уравнений элементарных катастроф.

На практике программа может быть реализована, если можно получить регрессионные уравнения связей в системах. Уравнения устойчивых связей имеют вид

$$F = x_1 + a_1 x_1^2 + M \quad (2)$$

$$F = x_1 + a_1 x_2 + a_2 x_1 x_2 + a_3 x_1^2 + a_4 x_2^2 + N \quad (3)$$

Если по уровню детерминации, уровню значимости регрессионное уравнение одной из катастроф превосходит регрессионное уравнение связи устойчивого характера, то следует считать катастрофу возможной.

На основе анализа экономических показателей предприятия ОАО «Ритм» оценим устойчивость предприятия. Статистический анализ показал, что наиболее значимым в оценке устойчивости развития предприятия является значение коэффициента текущей ликвидности.

В результате исследований предложен метод расчета интегрального показателя развития предприятия по формуле:

$$I_{gj} = \sum_{i=1}^n B a_i x_{ij} / 100\% \quad (4),$$

Где I_{gj} – интегральный показатель развития предприятия в j-й период времени.

Va_i – уровень значимости показателя в определении устойчивости развития предприятия; (вклад в суммарную дисперсию данного показателя a_i)

x_{ij} – i-й приведенный экономический показатель в j-й период времени;

n – количество экономических показателей по группе.

Определим регрессионную модель устойчивости развития ОАО «Ритм» с максимальным коэффициентом детерминации.

Таблица 1:

		(y- уср.) ²	Ур- у) ² неуст.	Ур- у) ² уст.	y	2	3	4	x ²
,26	,5		,074	,2686	,13	,07	,02	,00	,03
,304	,41	,1681	,015	,2974	,12	,09	,03	,01	,04
,35	,44	,1936	,008	,3213	,15	,12	,04	,02	,05
,39	,47	,2209	,004	,3369	,18	,15	,06	,02	,07
,477	,54	,2916	,000	,3542	,26	,23	,11	,05	,12
,646	,64	,4096	,066	,323	,41	,42	,27	,17	,27
2,427	,00	,28	,167	,2686	,26	,08	,53	,28	,59

Данные для расчета коэффициентов уравнения регрессии зависимости интегрального показателя от коэффициента текущей ликвидности

По исходным данным экономических показателей за 6 лет была получена наиболее детерминированная модель неустойчивого развития, которая имеет вид модели каспидной катастрофы складка:

$$y = x_1^3 + a_1 x_1 + v$$

Получаем систему уравнений:

$$\sum x^3 + a_1 \sum x + v n = \sum y$$

$$\sum x^4 + a_1 \sum x^2 + v \sum x = \sum xy$$

По данным расчетов получаем систему уравнений:

$$0,526 + 3,427a_1 + 2v = 3; \quad 0,277 + 1,079a_1 + 2,427v = 1,263$$

Решение системы уравнений с помощью метода Гаусса

$$a_1 = 1,08, \quad b = -0,07,$$

Таким образом, для всего исследуемого периода может быть получена регрессионная модель устойчивого развития:

$$y = x^3 + 1,08x - 0,07$$

$$d = 1 - 0,167 / 1,28 = 0,87 = 87,0\%, \quad z < 0,05\%,$$

Поскольку модель катастрофы ОАО «Ритм» детерминирована по отношению к модели устойчивого развития, то можно сделать заключение о неустойчивости развития предприятия за период 2004-2009 гг. Другими словами, экономическое состояние ОАО «Ритм» можно охарактеризовать как неустойчивое.

Далее, используя полученные уравнения регрессии, рассчитаем возможные изменения интегрального показателя при изменения его частных показателей в сторону увеличения и уменьшения. При этом для уравнений устойчивого развития отклонение показателей менее 50%, а для уравнений неустойчивого развития, которые характеризуются аномальной дисперсией, отклонение показателей составляет более 50%.

По данным ОАО «Ритм» интегральный показатель развития предприятия определяется уравнением неустойчивого развития вида:

$$y = x^3 + 1,08x - 0,07$$

Таблица 2.

Возможное изменение интегрального показателя развития предприятия, обусловленное неустойчивым развитием

Коэффициент текущей ликвидности $_{2009} = 0,646$					
-90%	-70%	-50%	+50%	+70%	+90%
0,0646	0,1938	0,323	0,969	1,0982	1,2274
0,0000	0,1466	0,3125	1,8864	2,4405	3,1047

При неустойчивом развитии предприятия невозможно оценить изменение развития предприятия, так как размах интегрального показателя варьируется от катастрофического до отличного в пределах «одного шага» (при изменении коэффициента текущей ликвидности на 50% в ту и другую стороны.)

Итак, практическое применение элементов теории катастроф позволяет оценить возможные изменения устойчивости развития предприятия под влиянием определяющих критериев оценки, а также выявить основные позитивные направления изменения показателей для повышения устойчивости предприятия в условиях мирового кризиса.

Список литературы:

1. Айвазян С.А., Мхитарян В.С. Прикладная статистика в задачах и упражнениях: Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2001.
2. Алексеев Ю.К. Введение в теорию катастроф. - М.: Финансы и статистика, 1990.
3. Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2001.
4. Thom R. Stabilite Structerelle et Mjrphogenest. N.-Y.: Benjamin, 1972.
5. Шургалина И.Н. Реформирование российской экономики. Опыт анализа в свете теории катастроф. – М.: «Российская политическая инциклопедия» (РОССПЭН), 2000.

НАЛОГОВАЯ СИСТЕМА В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА

Найденова Т.А.

К.э.н., доцент СыктГУ, г. Сыктывкар (Россия)

E-mail: cpk@syktsu.ru

Налоги являются основным инструментом, с помощью которого образуются государственные и муниципальные денежные фонды и, соответственно, создаются материальные условия для функционирования публичной власти. Мировой финансовый кризис, обернувшийся для России падением цен на энергоносители и оттоком капиталов, привел к резкому снижению поступлений в бюджеты всех уровней бюджетной системы РФ. Это обусловило необходимость корректировки всех сфер экономической жизни, в первую очередь внесения изменений в сферу налогообложения.

Налоговая система существенно пострадала в условиях финансового кризиса. За 10 месяцев 2009 г. сокращение поступления налоговых доходов в бюджетную систему РФ, включая государственные внебюджетные фонды, по налогам, администрируемым Федеральной налоговой службой, по сравнению с соответствующим периодом прошлого года составило 21,2 %, при этом налоговые поступления продолжают снижаться [2].

В федеральный бюджет за 10 месяцев 2009 г. поступило 23,1% налога на прибыль организаций по сравнению с уровнем прошлого года [2]. Факторами, оказавшими негативное влияние на поступление налога на прибыль организаций в бюджетную систему РФ явились: снижение ставки налога на прибыль, зачисляемого в федеральный бюджет, с 6,5 % до 2%; увеличение числа убыточных предприятий и снижение прибыли, полученной прибыльными организациями; рост цены заемных средств и увеличение объема заимствований; включение в состав затрат всех экономически обоснованных расходов налогоплательщиков по обучению, лечению, пенсионному обеспечению работников в рамках социальных обязательств; изменение амортизационной политики.

Поступления НДС от реализации товаров и услуг на территории РФ за 10 месяцев 2009 г. составили 104,8 % в сравнении с аналогичным периодом прошлого года, однако темпы поступлений последовательно снижаются, так как продолжают снижаться объемы производства [2].

Поступления акцизов немного выросли (на 3,4 %), но при этом в федеральный бюджет по сравнению с соответствующим периодом прошлого года поступление снизилось на 35,2 %, а поступления в региональные бюджеты увеличились на 28,9 %. Это связано с ростом поступлений акцизов на нефтепродукты, которые полностью зачисляются в бюджеты субъектов РФ [2].

Поступления налога на доходы физических лиц в консолидированные бюджеты субъектов РФ уменьшились на 1,4 % [2].

Снижение поступлений налога на доходы физических лиц явилось следствием:

- 1) сокращения контингента плательщиков налога за счет роста числа безработных;
- 2) снижения доходов, полученных налогоплательщиками в виде дивидендов от долевого участия в деятельности организаций в

результате принятия мер по ограничению в условиях кризиса размеров выплачиваемых дивидендов;

3) уменьшения поступления налогов с доходов, полученных в виде всевозможных выигрышей, поскольку резко сократилось число рекламных акций и кампаний;

появления новаций социального характера, выразившихся в увеличении налоговых вычетов по НДФЛ.

Поступления налога на имущество физических лиц остались на уровне прошлого года, хотя рыночная стоимость имущества за последние годы резко выросла. Отсутствие методики оценки реальной стоимости имущества делает этот налог неэффективным и несправедливым. Доходы местных бюджетов от поступлений земельного налога выросли благодаря достаточно современному механизму его определения.

Проблема введения налога на недвижимость и создания реестра имущества взамен ныне действующих налога на имущество физических лиц и земельного налога в настоящее время решается, но в 2010 г. налог не введен.

Сложная ситуация сложилась с поступлениями платежей за пользование природными ресурсами: они сократились на 45 %, при этом основная часть средств поступила в федеральный бюджет. Налоговая база налога на добычу полезных ископаемых резко уменьшилась за счет падения цен на нефть и за счет сокращения объемов добычи. В результате поступления налога от добычи нефти сократились в наибольшей степени - на 47,8% [2].

Произошло достаточно резкое падение налоговых поступлений от водного налога - на 33,7%. Сократившиеся объемы производства и банкротство многих крупных предприятий предопределили сокращение объема использования воды. На размер поступлений водного налога оказывают влияние низкие ставки налога, которые не меняются и не индексируются с учетом роста стоимости водных ресурсов и уровня инфляции. Для России, которая владеет огромными водными ресурсами, крайне незначительный объем налоговых поступлений (0,5% налоговых доходов федерального бюджета) недопустим. При этом нельзя игнорировать тот факт, что размеры существующих ставок водного налога обеспечивают поступления средств, составляющих менее 30% от суммы затрат, необходимых для содержания и развития водного комплекса.

Несмотря на то, что в 2009 г. ужесточилось законодательство, регулирующее размеры сборов за пользование объектами водных биологических ресурсов, поступления по этому налогу снизились.

За 10 месяцев 2009 года наметился резкий спад налоговых поступлений от предпринимателей, работающих в условиях специальных налоговых режимов и эта тенденция продолжается в силу двух главных причин: спад производства, приведший к снижению налоговых баз и закрытию предприятий, уход предпринимателей в теневую экономику; предоставление права законодательным органам субъектов РФ уменьшать ставку налога при упрощенной системе налогообложения в случае, если объектом налогообложения выступает доходы, уменьшенные на величину произведенных расходов, с 15 до 5 %..

Аналогичная ситуация с поступлением налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему РФ имеет место в Республике Коми.

Таблица 1– Поступление налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему РФ по Республике Коми, тыс. руб. [3]

Показатели	Январь-октябрь 2008 года			Январь-октябрь 2009 года		
	сего	Федеральный бюджет	Консолидированный бюджет	Все го	Федеральный бюджет	Консолидированный бюджет
сего	0528911	59995983	30532928	7463878	29921718	27542160
т.ч. налоговые доходы	0489994	59979464	30510530	7425683	29904615	27521068

Поступление налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему РФ по Республике Коми за 10 месяцев 2009 г. по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. сократились на 33065033 тыс. руб. или на 36,5%. Сокращение произошло за счет снижения поступления налоговых платежей на 36,5%. Тенденция снижения налоговых поступлений имеет место и в ноябре и декабре 2009 г.

В сложившихся условиях необходимым условием функционирования налоговой системы выступает эффективная система налогового администрирования, значимость которого вытекает из того, что оно является составной частью процесса управления. Управление постоянный и мониторинг налоговых поступлений напрямую влияет на величину доходов бюджетов всех уровней бюджетной системы РФ.

Налоговые органы в определенной степени активизировали свои контрольные функции, поскольку эффективность взыскания задолженности повысилась с 24 % в 2008 г. до 38% в 2009 г. В тоже время принимаемые налоговыми органами меры по реструктуризации задолженности не дают соответствующих результатов. Из всей урегулированной задолженности реструктурированная задолженность составляет 9,5 %. Большую часть урегулированной задолженности составляют задолженность, приостановленная к взысканию в связи с введением процедур банкротства (40,6 %) и задолженность, взысканная судебными приставами (31,8 %).

Для нивелирования влияния финансового кризиса в сфере налогообложения с целью обеспечения доходов бюджетов всех уровней бюджетной системы РФ целесообразно:

- 1) совершенствование законодательства о налогах и сборах, в частности, индексация ставок водного налога с учетом роста стоимости водных ресурсов и уровня инфляции, повышение ставок сборов за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов, что обеспечит более эффективное использование ресурсов и рост поступлений в бюджет;
- 2) введение регионального налога на недвижимость, основанного на методике оценки реальной стоимости имущества;
- 3) совершенствование системы налогового администрирования.

Реализация предложенных мер в сложной экономической ситуации, вызванной экономическим кризисом, ослабит его влияние на налоговую систему и выведет ее на новый уровень, который позволит обеспечить поступление налогов, сборов и иных платежей в бюджетную систему РФ в размере достаточном для выполнения органами государственной власти публично-правовых образований возложенных на них функций.

Список литературы:

1. Малис Н.И. Вопросы налогообложения в условиях кризиса// Финансы. 2009. № 8. С.23-26
2. Отчет о поступлении администрируемых ФНС России доходов в Федеральный бюджет РФ в январе-октябре 2009 г. [документ]. URL.htth: www. nalog.ru.
3. Отчет о начислении и поступлении налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему РФ URL.htth: www. r11.nalog.ru.

ТЕОРИЯ ИГР ВО ВНЕШНЕИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

Пыл И.С.

*аспирант кафедры мировой экономики БГЭУ, г. Минск
E-mail: iryna.pyl@gmail.com*

Под внешнеинвестиционной стратегией корпорации (ВИС) понимается общая концепция того, как достигается цель закрепления на мировом рынке, включающая методы и инструменты зарубежной инвестиционной деятельности.

Среди уровней стратегии выделяют корпоративный, деловой и функциональный. На корпоративном уровне стратегия определяет позиции компании на рынке и решает вопросы диверсификации производства, географической экспансии и т.п. На деловом уровне стратегия управляет положением компании на рынке, решая преимущественно вопросы конкурентного преимущества компании. Функциональный уровень стратегии поддерживает непосредственную реализацию корпоративного и делового уровня путем формирования информационной, кадровой и производственной политики компании [3, с. 851].

Рассматривая реализацию внешнеинвестиционной стратегии на деловом уровне, представляется актуальным использование математического инструментария теории игр.

На олигополистическом рынке корпорации выбирают соответствующий уровень производственных мощностей и цены конечного продукта. Анализ стратегического поведения компаний в рамках конкурентных моделей Нэша-Курно или Бертрана составляют отдельный класс игр.

Если компания сравнительно легко может изменить мощность и объем производства, то модель Бертрана точнее воспроизводит олигополистическую конкуренцию. Если же мощность и объем производства сложно изменить, то точнее олигополистическую конкуренцию воспроизводит модель Нэша–Курно [1, с. 129].

А.М.Спенс показал, что если из двух компаний, осуществляющих инвестиции в производство некоторого продукта, одна опережает другую в процессе приближения к точке равновесия (по Нэшу–Курно), первая компания может достичь лучшего положения, продолжая инвестиции. Такие инвестиции могут представлять реальную угрозу появления избыточной мощности, если другая компания не ответит сокращением своих масштабов производства.

К примеру, в 2007 г. общий объем продукции транснациональной компании «Пепси ботлинг груп» на мощностях российской компании «Нидан» составил около 5 млн. литров ежемесячно. Инвестиционная политика первого уровня компании «Пепси» в рамках ВИС определила использование мощностей «Нидана» для розлива соков «Тропикана» и холодного чая «Липтон», а второго уровня – приобретение 75,5% сокового бизнеса российской



компании «Лебядинский» (рисунок 1).

Рисунок 1 – Дерево игры компаний «Пепси» и «Кока-кола» на российском рынке

Примечание. – Источник: собственная разработка

В связи с увеличением мощности компании «Пепси» ее основному конкуренту, транснациональной компании «Кока-кола», пришлось отказаться от розлива сока «Минит Мэйд» на российском рынке. Затем, после покупки компании «Троя» «Лебядинским», на мощностях компании «Мултон» (куплена в результате пересмотра стратегии компанией «Кока-кола»). Сок «Минит Мэйд», входящий в наборы для детей «Хэппи мил», был заменен компанией «Макдоналдс» на сок «Тропикана». Первоначально сок «Минит Мэйд» разливался на заводе «Троя-Ультра». Действия игроков иллюстрирует дерево игры, представленное на рисунке 1.

На этапе продаж и маркетинга компании играют на повышении или понижении цены продукции. Р.М.Сайерт и М.Х.Гроот предложили правило принятия решения о повышении цены компанией, которое основано на распределении возможных наивысших цен, поддержанных другими компаниями, получившее название «теории обучения».

После ряда изменений цен их дальнейшее увеличение не будет приводить к росту прибыли членов олигополистической группы. Тогда начнется обратный процесс, а затем – период ценовой стабильности до изменения ситуации на рынке. После этого компании могут опять инициировать этап обучения.

С.А.Росс и М.Л.Уочтер анализируют данный этап игры на модели, в которой вероятность того, что изменение цены будет поддержано другими фирмами, является функцией времени, прошедшего с момента последнего изменения цены.

Теория обучения, описанная выше, исследуется с помощью имитационного моделирования. Д.Л.Саймон, Л.М.Пьюг и Дж.А.Ашофф пришли к выводу, что последовательность ходов обычно начинается со снижения цены, затем происходит переход к стратегии повышения цены, и система сводится к максимизации общей прибыли.

Как подчеркивал Г.Й.Стиглер, компании, которые пытаются снизить цены для увеличения своей доли на рынке, будут скрывать этот факт. Официальные цены могут вообще не изменяться, но будут существовать тайные скидки с цены для определенных потребителей. Шансы остаться неразоблаченным в тайном снижении цен резко возрастают пропорционально увеличению числа продавцов и покупателей.

Согласно подходу Р.Риса, равновесие в суперигре Г.Й.Стиглера предполагает, что каждая компания рассматривает относительно небольшие колебания спроса как факт нарушения сговора другими компаниями и честного поведения со своей стороны [2, с. 112].

Так называемый эффект взведенного курка означает, что если взведен курок, то оружие должно выстрелить. Если стратегии «взведенного курка» фирм основаны на вероятностных оценках наличия нарушений, то возникновение ценовых войн является особенностью отрасли в состоянии сговора.

Один из моментов стратегии заключается в определении оптимального периода наказания до возвращения к равновесию со сговором. В данной игре периоды стабильных высоких цен чередуются с периодами ценовых войн. Специфика игры состоит в том, что такие войны необходимы для поддержания стабильности сговора в длительном периоде и, следовательно, не могут интерпретироваться как признак конкурентной структуры рынка.

П.Гемават и Б.Налебуфф показали, что, если фирмы имеют идентичные функции затрат, в условиях обострения конкуренции первыми из отрасли выйдут более крупные компании, поскольку отсутствие «эффекта масштаба» обусловит для них значительные убытки. При этом не учитываются возможные эффекты «глубокого кармана» (степень использования хозяйствующими субъектами, интегрированными в вертикальные структуры, всех преимуществ внутрикорпоративных связей), когда подразделение корпорации может быть убыточным в течение длительного времени для решения стратегических задач корпоративного уровня.

Если величина затрат у компаний отличается, то преимущество каждой будет зависеть от временных рамок. В длительном периоде, при более высоких безвозвратных затратах новичка, присутствующей на рынке компании легче помешать входу. В ситуации, когда каждая компания готова снизить цену до уровня средних безвозвратных затрат, компания с более высоким их уровнем угрожает значительным снижением цен.

Р.Шмалензи представил модель, максимальная прибыль в которой может быть защищена при ее эквивалентности стоимости основного оборудования, приходящейся на единицу выпуска при минимальном эффективном масштабе. Безвозвратные затраты становятся основным элементом при анализе потенциальной

конкуренции. Они зависят от затрат выхода, отражающих ликвидационную ценность установленного оборудования. Если эта ценность низка, то величина безвозвратных затрат будет высокой, и наоборот.

На российском рынке сока вышеописанная модель нашла применение во время и после кризиса 1998 г. Из 100 игроков на рынке остались только компании «Кока-кола» и «Пепси», размер которых позволил применить «эффект глубокого кармана» и продолжить реализацию инвестиционной политики в соответствии со своей ВИС.

Не существует уникальных комбинаций ситуаций на рынке продукта и, соответственно, механизмов реализации ВИС. Корпорации должны учитывать не только общую стратегию, но и текущую ситуацию на инвестиционном рынке (тенденции, перспективы, риск), что в свою очередь определяет множественность подходов при принятии решений о реализации ВИС.

Список литературы:

1. Хайман, Д.Н. Олигополистическая конкуренция / Д.Н. Хатман // Современная микроэкономика: анализ и применение. – В 2-х т. – Т. II. – М.: Финансы и статистика, 1992. – 384 с. – С. 107 – 167.
2. Хэй Д., Моррис Д. Стратегия и ценообразование на олигополистических рынках / Д. Хэй, Д. Моррис // Теория организации промышленности: в 2 т. / пер. с англ. под ред. А.Г. Слуцкого. – СПб: Экономическая школа, 1999. – Т. 1. – С. 83 – 146.
3. Ott C., Zatz A.D., Tomas G.J. Strategy levels // Encyclopedia of management / edited by Marilyn M. Helms.—5th ed. – New York: Wendy Blurton, 2006. – P. 851 – 863.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Сапарова Г.К.

д.э.н., профессор АО «Финансовая Академия», г. Астана

Орынбасарова С.Е.

канд. экон. наук АО «Финансовая Академия», г. Астана

E-mail: wirtgenastana@mail.ru

На современном этапе охрана здоровья населения Республики Казахстан приобрела приоритетное значение и рассматривается одним

из важнейших факторов, формирующих национальную безопасность страны [1]. Происходившие в Республике Казахстан радикальные политические и экономические изменения поставили систему здравоохранения перед необходимостью поиска новых принципов взаимодействия отрасли с обществом и государством.

Попытки реформирования системы управления отраслью предпринимались неоднократно. Казахстан на своем 18-летнем пути рыночного развития экономики пробовал различные модели и схемы построения системы медицинского обслуживания: 1991-1994 годы - развитие советской модели здравоохранения; 1995-1997 годы - внедрение бюджетно-страховой модели здравоохранения; 1998-2002 годы - программное финансирование на бюджетной основе и в настоящее время она представляет собой симбиоз этих трех систем. Существует ряд проблем, сопровождающих проведение реформ в системе здравоохранения, одной из них является: несовершенство процесса управления и финансирования.

В связи с этим, в целях эффективного функционирования системы здравоохранения, гарантирующей доступность и качество медицинского обслуживания, в Казахстане необходимо трехуровневое финансовое обеспечение: первый уровень - гарантированный объем бесплатной медицинской помощи, финансируемый из государственного бюджета; второй уровень - обязательное медицинское страхование; третий уровень - добровольное медицинское страхование услуг, не предусмотренных в гарантированном объеме бесплатной медицинской помощи и программе обязательного медицинского страхования, а также платные услуги [2].

Основная нагрузка финансирования системы здравоохранения в Казахстане приходится на бюджеты государственного и местного уровней, причем опережающими темпами растут расходы государственного бюджета (Таблица 1). Это связано с расширением программ оказания населению дорогостоящих высокотехнологичных видов медицинской помощи, целевых программ, а также с направлением средств на финансирование медицинской науки, образования и дополнительного лекарственного обеспечения отдельных категорий граждан.

Уровни бюджета /темп роста	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	Прост 2008г к 2003г, раз
Темпы роста ВВП,%	109,3	109,6	109,7	110,7	108,9	104,5	
Государственный бюджет, млрд.тенге	89,8	131,2	187,0	231,0	310,0	396,6	4,41
Темп роста расходов на здравоохранение, %	126,1	126,1	142,5	123,5	134,2	127,9	
Соотношение темпов роста ВВП на расходы из государственного бюджета на здравоохранения	115,3	133,3	129,8	111,5	123,2	122,3	
Республиканский бюджет, млрд.тенге	12,2	24,0	36,0	41,0	43,0	54,6	7,74
Темп роста расходов на здравоохранение из республиканского бюджета, %		197,6	150,7	113,0	103,4	127,0	
Местный бюджет, млрд.тенге	74,1	102,0	130,0	147,0	202,0	242,0	4,65
Темп роста расходов на здравоохранение из местного бюджета, %		137,6	127,5	113,1	137,4	119,8	
Доля местного бюджета в государственном бюджете на здравоохранение, %	83,1	81,6	81,1	82,9	87,6	86,8	
Примечание - Составлено по данным Министерства экономики и бюджетного планирования РК							

Таблица 1 - Соотношение темпов роста ВВП и расходов на систему здравоохранения в Казахстане

Опережающими темпами растут расходы на здравоохранение (Рисунок 1, 2). За период 2003-2008 годы рост расходов бюджета на здравоохранение по сравнению с 2003 годом вырос в 4,41 раза.

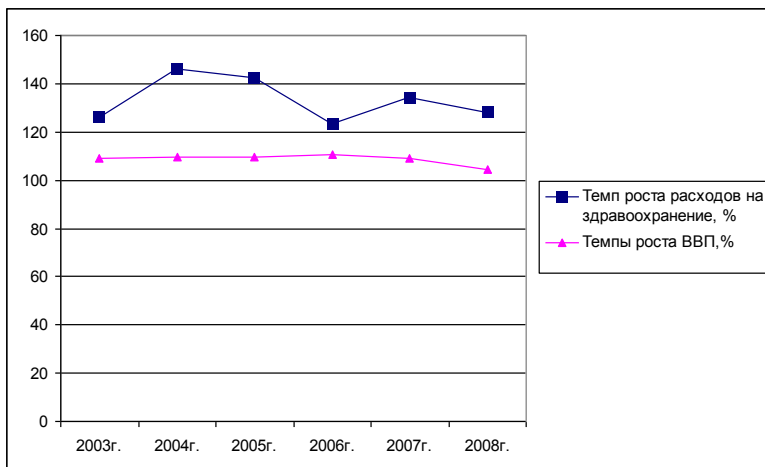


Рисунок 1 – Темпы роста ВВП и расходов на здравоохранение

В последние годы хотя и отмечается увеличение объема государственных расходов на систему здравоохранения, но и их еще далеко недостаточно (Таблица 2). Расходы здравоохранения на душу населения выросли с 2997 тенге в 1999 году до 25932 тенге в 2008 году.

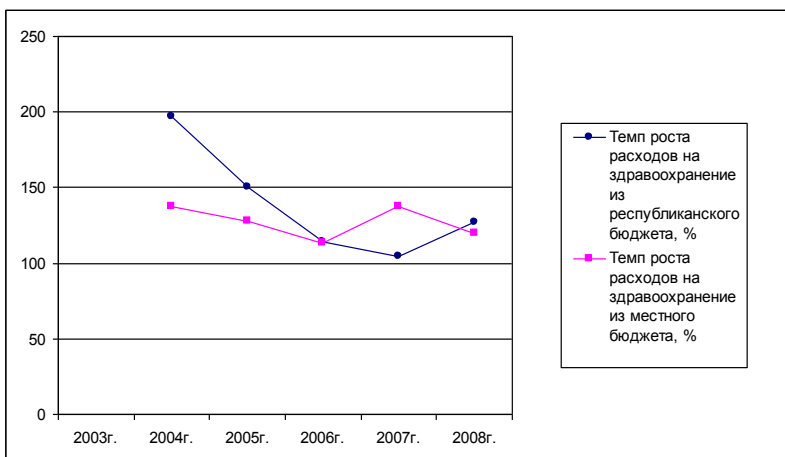


Рисунок 2 – Темпы роста на здравоохранение из государственного и местного бюджетов

Уровень **финансирования здравоохранения** в 2010 году запланировано довести до 5,5% от ВВП, но это в 2 раза меньше, чем было в Швеции 20 лет тому назад [3]. Объем средств на гарантированный объем бесплатной медицинской помощи увеличился с 90,5 млрд. тенге в 2004 году до 227,9 млрд. тенге в 2008 году или в расчете на 1 жителя за этот период с 6025 тенге до 14639 тенге.

Таблица 2 – Объем финансирования здравоохранения в Казахстане

Показатель	2004г	2005г	2006г	2007г	2008г	Темп роста в 2008г. по сравнению с 2004г., %
Объем финансирования, всего млрд.тенге	131,2	187,1	231,1	309,5	403,5	307,5
На 1 жителя (всего), в тенге	8 740	12 298	15 184	20 105	25932	296,7
На 1 жителя (местный уровень), в тенге	7 097	9 946	12 304	17 344	22542	317,6
Объем финансирования ГОБМП, всего млрд.тенге	90,5	118,5	139,6	195,1	225,6	249,3
На 1 жителя (всего), в тенге	6 025	7 785	9 172	12 673	14488	240,4
На 1 жителя (местный уровень), в тенге	5 433	7 405	8 728	11 969	14745	271,4
Доля ГОБМП	68,9	63,3	60,4	63,0	55,8	80,9
Примечание: Составлено авторами						

Решение основной проблемы финансирования системы здравоохранения можно решить тремя путями:

1. Увеличение расходов бюджета, как республиканского, так и местных. Этот путь труднореализуем, особенно на местном уровне, поскольку решение о размере бюджета принимается бюджетной комиссией, а не органами здравоохранения, осознающими реальные потребности в финансировании.

2. Трансферты. Целевое их назначение не позволяет изменять направление их движения. Трансферты решают вопросы закупок оборудования для больниц и капитального строительства. Вопросы же предоставления элементарной медицинской помощи решаются силами местных бюджетов.

3. Повышение эффективности расходов на здравоохранение. Учитывая специфику бюджетного процесса и хроническую ограниченность ресурсов, надо полагать, что только системный подход и использование всех намеченных путей решения позволит получить желаемый результат.

Несмотря на тенденцию повышения финансирования отрасли здравоохранения, показатели по улучшению здоровья населения остаются неизменными. Это свидетельствует о низком качестве оказания медицинских услуг, и, как следствие, о низкой эффективности вкладываемых финансовых средств. Для повышения эффективности управления финансовыми ресурсами в системе здравоохранения необходимо направить их на развитие инноваций в отрасли. И пока инновации осуществляются в основном в форме приобретения проектов «под ключ», когда технологические решения уже воплощены в импортной технике и оборудовании, национальный инновационный потенциал Казахстана по многим направлениям не получит должного развития.

Таким образом, для эффективного управления финансовыми ресурсами в системе здравоохранения необходима реформа финансирования этой отрасли.

Список литературы:

1. Постановление Правительства Республики Казахстан от 13 октября 2004 года № 1050 «Государственная программа реформирования и развития здравоохранения Республики Казахстан на 2005-2010 годы».
2. Постановление Правительства Республики Казахстан от 6 октября 2006 года № 965 «Правила возмещения затрат медицинских организаций за счет бюджетных средств».

3.http://rspor.ru/mods/about_us/evraspor08/Zhuzhanov_O_T.ppt#256,1,Эффективность существующей системы финансирования отрасли здравоохранения Республики Казахстан и пути ее совершенствования.

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ КОМПЛЕКСАХ (НА ПРИМЕРЕ ТК «КВАНТ»)

Смирнов С. В.

*Управляющий Комплексом ООО «ТК «КВАНТ», г.Красноярск
E-mail: mel02@rambler.ru*

В последнее десятилетие в нашей стране интенсивно развивается новая отрасль сферы услуг – услуги по организации отдыха и развлечений, предоставляемые многопрофильными торгово-развлекательными комплексами. Торгово-развлекательные комплексы (далее ТРК) рассматриваются как коммерческие организации (объединения коммерческих организаций), осуществляющие многопрофильную деятельность в сферах услуг и розничной торговли, ориентированные на удовлетворение потребностей посетителей в отдыхе и развлечениях на определенной территории.

Деятельность ТРК имеет ряд особенностей, определяющих специфику организации систем бухгалтерского учета, анализа и внутрихозяйственного контроля. В частности, для них характерно наличие нескольких разнородных видов деятельности, значительных краткосрочных колебаний спроса и продаж, высокой доли условно-постоянных затрат к общей сумме расходов по основной деятельности. К сожалению, до настоящего времени отсутствует завершенная, адаптированная к отечественным условиям и общедоступная методика организации управленческого учета в многопрофильных торгово-развлекательных комплексах, не сформулированы подходы к анализу многопрофильной деятельности в сфере услуг.

Перечисленные особенности определяют важность надлежащей организации внутреннего управленческого учета, его автоматизации, систематического и глубокого проведения анализа всех показателей финансово-хозяйственной деятельности и построения эффективной и надежной системы внутрихозяйственного контроля для обеспечения оптимизации доходов, затрат и финансовых результатов деятельности торгово-развлекательного комплекса,

поддержки принятия управленческих решений и формирования приверженности потребителей.

Основой организации управленческого учета выступает выбор надлежащих объектов и методов учета, в том числе по центрам ответственности. В ходе проводимого исследования были предложены подходы к выделению центров ответственности по структурному (или объектному) и по функциональному признакам. Центры ответственности, выделяемые по структурному признаку, совпадают со структурными подразделениями организации (управляемыми объектами недвижимости), тогда как идентификация по функциональному признаку связана с отдельными группами обязанностей и полномочий сотрудников (групп сотрудников), выполняемых для обеспечения какого-либо отдельного этапа или ветви бизнес-процесса [3, с.55].

Одним из основных видов деятельности торгово-развлекательных комплексов является предоставление в аренду торговых, офисных и складских помещений, именно на данном виде деятельности мы и заострим свое внимание.

Российская система бухгалтерского учета, стандартные программные средства для учета позволяют вести достаточно качественный аналитический учет производственной и торговой деятельности, но при попытке организовать с их помощью учет услуг, пользователи сталкиваются с отсутствием нужных аналитических разрезов, как для учета доходов, так и для правильного учета расходов и формирования себестоимости оказываемых услуг. Так называемый «котловой» метод учета, который бухгалтерия традиционно применяет при учете услуг, не предоставляет управленцам нужной информации. С помощью бухгалтерии можно получить лишь 4 разреза информации [1, с. 23]:

- общий объем получаемых доходов от аренды;
- общий объем расходов, понесенных компанией (при этом, если аренда является не единственным направлением деятельности, то получить информацию о собственно расходах по ней, практически невозможно);
- дебиторскую задолженность в разрезе контрагентов и договоров;
- общий объем денежных поступлений по контрагентам, заключившим договора аренды.

Но для качественного учета, контроля и развития управленцам необходимо значительно больше информации, которую и призван аккумулировать управленческий учет.

Рассмотрим более подробно систему организации управленческого учета на примере Торгового комплекса «КВАНТ» г. Красноярск, для которого управление недвижимостью является основным видом деятельности. Кроме сдачи в аренду коммерческой недвижимости, организация оказывает своим арендаторам целый ряд сопутствующих услуг: (коммунальные услуги, охрана, уборка, рекламные услуги, паркинг и т.д.). Данная компания обслуживает несколько объектов недвижимости, для более оперативного управления и получения полной информации разработан и внедрен программный продукт «СКАРП» (Система контроля и аренды площадей), положивший базу формирования управленческого учета.

При выделении центров финансовой ответственности для построения системы управленческого учета опирались на виды доходов которые порождают деятельность [4, с. 53]. В данном случае доходы формируются как по функциональному признаку (аренда, охрана, уборка, рекламная деятельность и т.д.) с одной стороны, так и по объектному – их порождает отдельно каждый объект недвижимости. При этом прямые расходы также могут быть сформированы и учтены как по функциям, так и в разрезе каждого объекта. Таким образом, можно сформировать два типа финансовых структур:

Функциональная		Объектная	
ЦП	Управление	ЦП	Управление
недвижимостью		недвижимостью	
ЦМД Аренда		ЦМД Объект 1	
ЦД Аренда Объект 1		ЦД Объект 1	
ЦЗ Аренда Объект 1		ЦЗ Объект 1	
услуги	Коммунальные		
ЦМД		ЦМД Объект 2	
ЦД Связь Объект 1		ЦД Объект 2	
ЦЗ Связь Объект 1		ЦЗ Объект 2	
		ЦЗ Управление	
ЦМД Охрана		ЦЗ Ремонтная служба	
ЦД Охрана Объект 1			
ЦЗ Охрана Объект 1			

ЦЗ Охрана Общие	
ЦМД Реклама	
ЦД Реклама Объект 1	
ЦЗ Реклама Объект 1	
ЦЗ Реклама Общие	
ЦЗ Управление	
ЦЗ Ремонтная служба	

При формировании финансовой структуры объектным способом, она получается более простой, кроме того, проще определить персональную ответственность менеджеров за центры финансовой ответственности. Но обязательно на управленческом плане счетов необходимо будет предусмотреть единую сплошную аналитику «Вид деятельности», чтобы, сформировав отчетность по этой аналитике, можно было получить информацию в разрезе доходов-расходов по аренде, коммунальным услугам, охране и прочих услугах. Но такая финансовая структура усложняет учет выплат в разрезе объектов. Как правило, поставщики услуг выставляют счета и принимают платежи в целом от контрагента - юридического лица, а собственнo учет расходов формируют по-объектно (по показаниям счетчиков учета, трафику, предоставленному на конкретный номер и т.д.). Выбрав второй вариант формирования финансовой структуры, компания сможет осуществлять прямой учет расходов, а учет платежей возможно будет организовать через служебное ЦФО (назвав его, например, ЦФО «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»), с которого затем распределять по аналитикам нужных ЦФО, пропорционально начисленным расходам. Финансовая структура, сформированная функциональным способом, позволяет избежать проблем, как с формированием доходов и расходов, так и с учетом поступлений-выплат. Но она имеет свои недостатки, во-первых, достаточно громоздка, во-вторых, создает сложности при выборе ответственных лиц за ЦФО, в-третьих, необходимо четко осознавать, что доходы от сопутствующих видов деятельности, напрямую зависят от объема сдаваемых помещений. Планирование и выполнение планов по сопутствующим видам деятельности возможно только в прямой увязке с арендной деятельностью. Таким образом, центры маржинального дохода «Коммунальные услуги», «Охрана» и другие, можно назвать таковыми с достаточной долей условности.

Финансовый и управленческий учет взаимоотношений, возникающих между арендодателем и арендатором в процессе имущественного найма объектов недвижимости должен реализовать полный цикл расчетов с арендаторами и обеспечить решение задач бухгалтерского, юридического и административного учета.

С учетом описанных особенностей при выделении центров финансовой ответственности, разработанный программный продукт, позволяет:

- получить наглядное представление о состоянии аренды в разрезе каждого отдельного объекта недвижимости;
- организовать порядок документооборота, вести учет заключения и расторжения договоров аренды как в разрезе различных видов помещений (торговых, офисных, производственных, складских), так и в разрезе отдельных учетных единиц.
- вести расчет аренды как по фиксированной ставке для помещения в целом, так и по ставке за произвольную физическую характеристику помещения, например, по ставке за квадратный или кубический метр. Таким образом, если мы сформируем материальную номенклатуру в разрезе отдельных помещений, то у каждой единицы номенклатуры появятся ее характеристики: размер, цена за единицу и категория помещения (класс), а также тип помещения (торговое место, офис, склад и т.д.). Применение характеристик (иначе их еще называют дополнительные свойства), как раз и позволяет вести учет в различных аналитических плоскостях;
- разработать структуру подчиненности сотрудников в рамках отделов – пользователей системы и т.д.;
- вести мультивалютный расчет и начисление аренды с произвольным заданием периода и сроков, автоматизированное формирование и печать документов на оплату. Главной характеристикой услуги аренды, напрямую формирующей стоимость, является ее продолжительность. Таким образом, у материальной номенклатуры появляются еще характеристики, характеризующие сроки ее использования в качестве объекта получения дохода. Другой вариант получения информации – это задание таких характеристик для договоров контрагентов. Затем задание непосредственной связки «Помещение» - «Контрагент», и получение характеристики о сроках использования помещения для получения дохода через эту связь. Срок использования помещений можно получить, организовав в системе учет актов передачи и возврата помещений.

- формировать отчетные формы по договорам аренды, арендаторам, начислению и погашению арендной платы, поступлению денежных средств, свободным площадям, площадям, находящимся на реконструкции. Чтобы сформировать отчетность в разрезе видов использования площадей (сданы в аренду, свободны, на реконструкции), необходимо либо организовать учет единиц материальной номенклатуры на разных субсчетах, либо задать вид использования площадей в качестве дополнительного свойства, при этом учесть историю изменений этой характеристики.

Гибкая система базы данных и функционал «СКАрПа» позволяет проводить модернизацию всей системы для трансформации ее в полноценную систему управленческого учета всех видов деятельности многопрофильных торгово-развлекательных комплексов.

Практическое использование предложенных подходов будет способствовать совершенствованию систем бухгалтерского учета и внутреннего контроля торгово-развлекательных комплексов, повышению обоснованности и эффективности принимаемых управленческих решений, что, в конечном счете, должно оказать благотворное влияние на финансовые результаты, уровень риска и инвестиционную привлекательность данных хозяйствующих субъектов.

Список литературы:

1. Волошин Д.А. Аренда: оформление, налогообложение, учет // Главбух. 2005.
2. Грабовый П.Г., Кулаков Ю.Н., Лукманова И.Г. Экономика и управление недвижимостью – М.: Изд-во ЛСВ, 2000.
3. Дудин Е., Щукин А. Что такое девелопмент // Интернет – журнал «Монолит»
4. Пищулин О.В. Управление коммерческой недвижимостью в современной России: функциональный подход: Диссертация на соискание уч. степени канд. Эк. Наук. Москва 2008г.
- 5.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Смолин Д.С.

*УПРиРЗО префектуры ЗАО города Москвы
E-mail: smolin_1@mail.ru*

В решении задач выхода страны из кризиса, обеспечения динамики устойчивого развития экономики первостепенная роль принадлежит инновациям, инновационной деятельности, способным обеспечить непрерывное обновление технической и технологической базы производства, освоение и выпуск новой конкурентноспособной продукции, эффективное проникновение на мировые рынки товаров и услуг.

Начнем с понятия «инновация».

Термин «инновация» как новая экономическая категория ввел в научный оборот австрийский (позже американский) ученый Йозеф Шумпетер в первом десятилетии XX в. В своей работе «Теория экономического развития» (1911) Й. Шумпетер впервые рассмотрел вопросы новых комбинаций изменений в развитии (т.е. вопросы инновации) и дал полное описание инновационного процесса [9].

Й. Шумпетер выделял пять изменений в развитии [1]:

1. Использование новой техники, технологических процессов, или нового рыночного обеспечения производства;
2. Внедрение продукции с новыми свойствами;
3. Использование нового сырья;
4. Изменения в организации производства и его материально-техническом обеспечении;
5. Появление новых рынков сбыта.

Анализируя работы Й. Шумпетера, можно сделать вывод, что благодаря предпринимателю-инноватору в экономике происходят динамические изменения.

Инновационный предприниматель, государственный или частный, который создает новую отрасль или вид товара, какое-то время извлекает ренту. Собственно поэтому он и стремится к инновациям. Инновация дает вырвавшемуся вперед предпринимателю временное понижение конкурентного давления [7].

В настоящее время российские предприниматели встречаются со следующими вопросами: покупать чужие, западные технологии или ориентироваться на собственные разработки?

В случае, если Россия пойдет по второму пути, следует также определиться с тем, а сможет ли российский бизнес вкладывать значительные денежные средства в создание новых технологий.

Необходимо отметить, что значительную роль в стимулировании инновационной деятельности играет государство, формируя инновационную политику в стране [1].

Основными целями государственной инновационной политики являются:

1. Создание экономических, правовых и организационных условий для инновационной деятельности, обеспечивающих рост конкурентоспособности отечественной продукции, эффективное использование научно-технических результатов, решения задач социально-экономического развития;

2. Развитие, рациональное размещение и эффективное использование научно-технического потенциала, формирование его структуры;

3. Увеличение вклада науки и техники в развитие экономики страны, реализацию важнейших социальных задач, в обеспечение прогрессивных структурных преобразований в сфере материального производства, повышение его эффективности и конкурентоспособности;

4. Укрепление обороноспособности страны и безопасности личности, общества и государства.

В качестве примера рассмотрим такое направление государственной инновационной политики как правовое регулирование инновационной деятельности.

Для стимулирования роста инвестиций в новые технологии в традиционных отраслях, скажем в нефтедобыче или нефтепереработке, следует четко прописать в законодательстве весь набор преференций и льгот, которые получают российские предприниматели, внедряющие новые технологии.

Сегодня есть несколько базовых механизмов, которые позволят запустить этот процесс в краткосрочной перспективе. Прежде всего – это налог на добычу полезных ископаемых (НДПИ) и экспортные пошлины. Для новых углеводородных месторождений в Восточной Сибири такие льготы (полное обнуление НДПИ и экспортных пошлин) уже предложены, но почему бы не сделать то же самое для нефтедобычи в Тюменской области с ее тяжелыми, вязкими нефтями? Благодаря активному стимулированию внедрения таких современных технологий добычи и переработки можно было бы дать большой толчок процессу модернизации производства в России.

Причем не только в нефтегазовом комплексе, но и во многих смежных отраслях – машиностроении, металлургии и т.д. [5]

Учитывая изложенное, следует отметить несовершенство существующей инновационной системы России. Вместе с тем, нет причин, говорить и о том, что данная система полностью сформирована и активно функционирует.

Инновационная система реально существовала (хотя так и не называлась) в централизованно-плановой экономике, особенно в 50—60-е гг., и принесла немалые стратегические успехи в реализации Советским Союзом стратегических приоритетов того времени, в освоении и распространении четвертого технологического уклада. Но она страдала существенными недостатками. Во-первых, она была ориентирована преимущественно на военно-технический комплекс и связанные с ним отрасли; в то же время отрасли, связанные с насыщением рынка высокотехнологичными товарами и услугами, с развитием социокультурной сферы и жизнеобеспечения человека, существенно отставали. Во-вторых, в этой системе в малой степени использовались рыночные конкурентные механизмы, что привело к изоляции от требований мирового рынка и нарастанию неконкурентоспособности гражданских отраслей. В-третьих, по мере старения и угасания стратегического мышления руководящей верхушки административные методы становились тормозом на пути радикальных инноваций, что привело к отставанию в освоении пятого технологического уклада.

С началом экономических реформ 90-х гг. прежняя национальная инновационная система была практически полностью сломана. Государство отказалось определять инновационно-технологические приоритеты и финансировать их реализацию – даже, казалось бы, в таких бесспорно важнейших для государства областях, как национальная безопасность. Обязанность инновационного развития возложили на бизнес. Однако и бизнес перестал заниматься не только базисными, но и улучшающими инновациями: ему было не до того.

Со второй половины 90-х гг. предпринимались робкие попытки реанимации инновационного полугрупа. Были утверждены концепция инновационного развития России на три года, перечень приоритетных направлений развития науки и техники, критических технологий, увеличены государственные заказы на военную технику.

Но реально мало что изменилось. Государство по-прежнему отказывается сколько-нибудь существенно поддерживать инновации в гражданском секторе экономики, взяло курс на опережающее развитие импорта. Продолжается падение конкурентоспособности продукции обрабатывающих отраслей [4; 8].

Для выхода из кризиса государству необходимо предпринять усилия именно на научно-инновационном поприще.

Можно выделить особо значимые направления работы по обеспечению инновационной ориентации российской экономики.

Первое. Как уже было сказано, должны быть созданы реальные финансово-экономические преференции (путем «налоговых каникул», государственных гарантий, особых таможенных режимов и т. п.) для тех хозяйственных структур, которые делают ставку на науку и новаторство, добиваются посредством этого выхода на отечественные и мировые рынки с экономичной и качественной продукцией, с налаживанием инжиниринга выпускаемых новшеств.

Поскольку рамки отдельных фирм могут быть тесными для осуществления инновационно-коммерческих прорывов, нужно поощрять эффективные интеграции хозяйствующих субъектов, в том числе с участием государства. В последнее время много говорится и пишется о значении разного рода государственно-частных партнерств (ГЧП). Они действительно результативны, особенно тогда, когда формируются в сферах необходимой концентрации научно-инновационных, предпринимательских и инвестиционных ресурсов.

Обобщение материалов по странам ЕС показывает, что на базе организаций типа ГЧП: 1) удается использовать государственные средства с большей эффективностью (обеспечить лучшие экономические и технологические результаты), чем при чисто государственном финансировании управляемых им организаций; 2) получает развитие дух предпринимательства и расширяется применение коммерческих инновационных механизмов; 3) повышается гибкость и достигается ускорение инновационных процессов через создание взаимной ответственности государства и бизнеса, распределение рисков между ними.

Второе. Существенную поддержку со стороны как государства, так и бизнеса необходимо оказать развитию объектов научно-технологической и инновационной инфраструктуры. Фактически именно эта проблема явилась центральной, когда начали на государственном уровне формулировать задачу формирования развитой национальной

инновационной системы. Инфраструктура научно-инновационной деятельности должна развиваться с учетом реальной территориальной концентрации потенциала НИОКР в стране. Например, было бы неразумным игнорировать особые возможности исторически сложившихся наукоградов, академгородков, технопарков и т.п., на базе которых естественным образом могут формироваться разного рода инкубаторы инновационного предпринимательства. Среди функций национальной инновационной системы не зря выделяются задачи развития конкурентоспособного национального сектора исследований и разработок и формирования у населения и предприятий модели инновационного поведения. А для этого нужны жизнеспособные, хорошо оснащенные центры демонстрации и тиражирования инновационного опыта, в которых бы проводилось обучение способных к новаторству людей, организовывались деловые консультации.

Третье. Поскольку научно-инновационная деятельность обычно отличается весьма длительным циклом «экономизации» замыслов и связана объективно с повышенным риском для инвестиционных вложений, во всех странах в последнее время осуществляется активный поиск особых форм финансирования этой деятельности и управления проектами. Наибольшую известность на этом поприще имеет венчурное финансирование инноваций, о котором много говорится и пишется и в России. Однако пока крайне затруднительно привести какие-либо яркие примеры срабатывания венчурных форм финансирования во благо российской экономики. Идеи, реализовавшиеся по венчурным схемам, чаще всего доводились до экономического результата в иных странах, где государство и крупный бизнес в реальности соединяли ресурсы для формирования мощных венчурных систем [6].

Таким образом, несмотря на объективные сложности, представляется, что у инновационной экономики России есть определенные перспективы.

Становится ясно, что в нынешний век, основой прогресса экономики становятся не просто нововведения, но фундаментальная наука как одна из стратегических составляющих развития всего общества на всех уровнях и способность коммерциализировать результаты научных разработок.

Список литературы:

1. Гончаренко Л.П. Инновационная политика: учебник / Л.П. Гончаренко, Ю.А. Арутюнов. – М.: КНОРУС, 2009. – 352 с.

2. Государственное регулирование рыночной экономики: Учебник. Изд. 3-е, доп. И перераб. / Под общ. ред. В.И. Кушлина. – М.: Изд-во РАГС, 2008. – 616 с. (Учебник Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации).
3. Инвестиции: Учебник /С.В. Валдайцев, П.П. Воробьев и др.; Под ред. В.В. Ковалева, В.В. Иванова, В.А. Лялина. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2003. – 440 с.
4. Кузык Б.Н., Яковец Ю.В. Россия – 2050: стратегия инновационного прорыва. 2-е изд., доп. М.: ЗАО Экономика, 2005.
5. Магомедов З. Нужен Росплан. // Эксперт. – 2010. - № 1. – С. 6-7.
6. Национальная экономика: учебник; под. Общ. ред. В.И. Кушлина. – М.: Изд-во РАГС, 2010. – 512 с. – (Учебник Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации).
7. Райнет Э. Забытые уроки прошлых успехов. // Эксперт. – 2010. - № 1. – С. 12-17.
8. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. Учебник. 4-е изд., перераб. и доп. - СПб.: Питер, 2003. — 400 с.
9. Экономическая теория: Учебное пособие / Под общ. ред. В.И. Кушлина. – М.: Изд-во РАГС, 2006. – 672 с.

УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ НА РАЗЛИЧНЫХ СТАДИЯХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРОДУКТА

Тевелевич А.Е.

*Аспирант ОмГУ им. Ф.М. Достоевского, г. Омск
E-mail: aet2000@mail.ru*

Важными особенностями современного рынка являются сокращение жизненного цикла продукции и ускорение технологического прогресса. Скорость изменений ведет к тому, например, что многие компании получают большую долю прибыли на товарах, которые год назад даже не существовали.

В связи с этим актуальным является вопрос об управлении затратами на различных стадиях жизненного цикла продукта. Последний определяет текущий уровень продаж и, что более важно для настоящего исследования, уровень и структуру затрат, а также обуславливает дальнейшие стратегические решения. На разных стадиях жизненного цикла продукта предприятие сталкивается с финансовыми и деловыми рисками разного уровня.

Жизненный цикл продукта характеризуется временными, объемными, затратными и качественными показателями, которые находятся в тесной взаимосвязи. Например, четко просматривается зависимость между качеством продукции (работ, услуг), объемом производства и уровнем затрат.

На затраты влияет структура жизненного цикла продукта. Исключение из жизненного цикла какой-либо стадии не означает, что сократятся затраты. Например, исключение или сокращение затрат на НИОКР часто приводит к тому, что вновь создаваемая продукция по своим качествам и эксплуатационным параметрам уступает конкурирующим образцам. Отказ от одного из видов подготовки производства значительно удорожает изготовление продукта.

Продолжительность жизненного цикла также тесно связана с затратами: его сокращение или удлинение активно влияет на суммарные затраты. Связь между временными и затратными параметрами неоднозначна. Если в ряде случаев удлинение цикла приводит к увеличению общих затрат, то в других случаях (например, когда это удлинение обусловлено более тщательной научной проработкой идеи), оно может дать значительную экономию на стадиях производства и эксплуатации. [3, с.83]

Таким образом, структура жизненного цикла, его продолжительность, объемные и качественные показатели определяют затраты. Продукция (работы, услуги), являясь целью производственного процесса, одновременно, как его результат, воплощает в себе затраты всех элементов жизненного цикла.

За последнее десятилетие многие организации, занятые как в производственных отраслях, так и в сфере услуг, столкнулись с драматическими изменениями условий, в которых они занимаются своим бизнесом. Снижение объема государственного регулирования в сочетании с интенсивной конкуренцией со стороны иностранных компаний привело к тому, что теперь многим предприятиям приходится действовать в условиях глобального рынка, на котором существует весьма острое соперничество. В то же время наблюдается значительное сокращение жизненного цикла многих видов продукции, что объясняется появлением все новых технологических инноваций и необходимостью удовлетворения все более разнообразных потребительских запросов. [1, с.92]

Указанные процессы послужили импульсом к тому, чтобы менеджмент сосредоточился на управлении затратами и разработке

информационных систем для эффективного управления затратами, которые позволили бы им лучше понимать свою базу затрат и выявлять источники рентабельности для своей продукции, а также для своих потребителей и своих рынков.

Чтобы действовать успешно, предприятия в настоящее время должны ускорить темпы вывода на рынок новых видов своей продукции. Опоздание на рынок, выход на него после конкурентов может негативно повлиять на рентабельность предложенного продукта.

Во многих отраслях большая часть решений, связанных с жизненным циклом продукта, принимается в самом начале. Это приводит к необходимости уделять большее внимание обеспечению информацией на этапе проектирования. Таким образом, чтобы успешно конкурировать на рынке, компании должны иметь возможность адаптироваться к новым, различным и изменяющимся потребительским запросам.

Жизненный цикл продукта можно рассматривать с другой точки зрения, а именно представлять его как совокупность процессов, составляющих кругооборот в течение определенного промежутка времени [1, с. 43]. Он длится от момента обоснования необходимости производства и проведения НИОКР до момента снятия с эксплуатации последнего экземпляра вследствие морального или физического износа и утилизации. В таблице-1 представлены затраты, соответствующие основным стадиям жизненного цикла продукта.

Таблица 1.

Затраты на различных этапах жизненного цикла продукта

Стадия	Затраты
Исследование и разработка	Предпроектные маркетинговые исследования и доработка замысла Разработка технического задания Разработка эскизного проекта Разработка технического проекта Подготовка конструкторской и рабочей документации на опытный образец или партию Подготовка рабочей конструкторской и технологической документации для изготовления опытного образца (партии) Изготовление и испытание опытного образца (партии)

Изготовление	Подготовка и освоение серийной продукции Производство Поддержание технического уровня и качества серийно освоенной продукции
Реализация	Тара и транспортные операции, связанные с доставкой готовой продукции до места потребления Обеспечение сохранности продукции и ее эксплуатационных характеристик при транспортировке и реализации Содержание торговой фирмы-изготовителя Маркетинговые исследования
Эксплуатация	Приобретение Монтаж Подготовка продукции и кадров к эксплуатации Текущие эксплуатационные расходы Ремонт и обслуживание Поддержание и улучшение эксплуатационных свойств продукции
Утилизация	Исследования Изготовление средств утилизации Транспортировка Специальные контейнеры Другое

Определение затрат по стадиям экономического жизненного цикла продукта является важной и сложной задачей, решение которой позволяет сделать изделие конкурентоспособным. Сложность этой задачи обуславливается тем, что число факторов, влияющих на формирование затрат, довольно велико. Основными среди них являются сложность продукции, требования к качеству, характер производства продукции, требования к условиям транспортировки, эксплуатации и утилизации. Затраты определяются структурой экономического

жизненного цикла продукта, его продолжительностью, объемными и качественными показателями.

Жизненный цикл продукта может быть полным, неполным или частным.

Полный жизненный цикл включает все стадии полной продолжительности и межстадийные ожидания. Соответственно, и затраты представляют собой полную сумму затрат на весь объем работ по созданию, производству, реализации, потреблению (эксплуатации) и утилизации.

Неполный жизненный цикл отличается от полного продолжительностью, структурой и объемными характеристиками.

При неполном экономическом жизненном цикле предприятие-изготовитель продукции может самостоятельно выполнять работы не по всем стадиям, заказывая их выполнение по некоторым стадиям другим предприятиям по кооперации.

Частный жизненный цикл сводится к отдельным стадиям полного цикла, например, разработке, изготовлению, эксплуатации, утилизации. [2, с.43]

Соответственно полноте жизненного цикла продукции определяют и затраты на его реализацию на конкретном предприятии. При этом все затраты по всем стадиям экономического жизненного цикла товара в конечном итоге всегда сосредотачиваются у предприятия-потребителя продукции (работы и услуги).

Для того чтобы удовлетворять потребности потребителей, предприятия должны концентрироваться на тех ключевых факторах успеха, которые непосредственно влияют на это, а именно: на низких издержках и эффективности затрат, качестве продукции и услуг, своевременности выхода на рынок, инновациях, непрерывном совершенствовании.

Возросшая конкуренция привела к тому, что ошибки из-за решений, принятых на основе неправильной информации о затратах, становятся все более вероятными и все более дорогими. Например, если применяемая система калькуляции затрат приводит к искаженным сведениям о себестоимости продукции, то при завышенной оценке стоимости производства своей продукции бизнес станет устанавливать на нее избыточно высокую цену и уступит тем соперникам, которые могут устанавливать более низкие цены только потому, что их система калькуляции затрат позволяет получать о затратах более точную информацию.

Успех предприятия на рынке, где предложение превышает спрос, зависит от конкурентоспособности его продукции. Конкурентоспособность продукции, в свою очередь, определяется отношением *затраты-качество*. Чем оно меньше, тем конкурентоспособность продукции выше. Конкурентоспособность продукции имеет две составляющие – техническую и экономическую.

В настоящее время очень немногие авторы уделяют должное внимание затратам, когда речь идет о разработке стратегии. Бесспорно, анализ затрат традиционно рассматривается как процесс оценки финансового влияния альтернативных управленческих решений, однако применение информации о затратах в стратегическом управлении не получило до сих пор того развития, которого оно заслуживает, ни в теории управления затратами, ни в практике.

Рассматривая соотношение таких категорий, как стратегия и затраты, приходится констатировать, что они испытывают большое взаимное влияние. Стратегическое решение, как вообще любое решение, влечет за собой определенную структуру затрат. В свою очередь, сложившаяся структура затрат зачастую диктует выбор определенной стратегии поведения.

Возьмем, например, один из основных управленческих вопросов – производить самостоятельно или закупать. Ответ на этот вопрос сильнейшим образом повлияет на затраты предприятия. В первом случае мы имеем дело со стратегией высоких постоянных затрат, во втором — со стратегией низких постоянных затрат. Различной будет и конфигурация общей цепи издержек и отрасли, и уровень финансового риска, который, например, во втором случае будет переложен на поставщиков предприятия.

Также выбор стратегии производства (производство на склад, сборка под заказ, производство на заказ, разработка под заказ) влечет за собой целый каскад стратегических решений (модификация товарной стратегии, сбытовой стратегии, стратегии взаимодействия с поставщиками и т.д.), которые продиктованы, в частности, разными требованиями к автоматизации, организации производства, персоналу.

Согласно М. Портеру можно выделить пять основных конкурентных стратегий: стратегия лидерства на основе издержек, стратегия дифференциации или индивидуализации, стратегия наилучшей стоимости, стратегия концентрации на узком сегменте или нише рынка на основе дифференциации.

Распространено утверждение о том, что лидерство по издержкам особенно важно в отраслях, производящих потребительские товары, ценность которых для потребителя примерно одинакова.

Однако исходя из того, что было сказано о современных рыночных условиях, невозможно строго следовать одной из пяти предложенных стратегий. Лидерство на рынке достигается как за счет индивидуальных качеств продукта, так и за счет сиюминутной конъюнктуры, которая не будет долго сохраняться. Особо следует отметить, что разным стратегиям, разным стадиям жизненного цикла продукта должны соответствовать свои методы управления затратами.

Например, отнюдь не тривиален вопрос: какую роль играет управление затратами на данном конкретном предприятии. Упростим систему конкурентных стратегий, предлагаемых М. Портером, и рассмотрим две из них: лидерство на основе затрат и дифференциацию продукции. Эти стратегии предполагают диаметрально противоположные управленческие подходы и различные перспективы анализа затрат. Так, предприятие, придерживающееся первой стратегии, должно уделять повышенное внимание калькуляции нормативных затрат и всемерно стараться их снижать. В свою очередь, для предприятия, осуществляющего вторую стратегию, не столь важно предельно точное выполнение бюджета и точное планирование затрат.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что затраты, их величина и структура оказывают значительное влияние на конкурентоспособность как продукта, так и предприятия, его выпускающего. При формировании стратегии управления предприятием, и в том числе стратегии управления затратами, необходимо принимать во внимание особенности жизненного цикла продукта. Потребителя все больше интересует не только цена приобретения, но и расходы по эксплуатации продукта, в связи с чем необходимо уделять внимание управлению затратами не только на стадии производства продукции, но и на стадии эксплуатации. Грамотное управление затратами позволяет снизить себестоимость продукции и получить на этой базе преимущества перед конкурентами.

Список литературы:

1. Лебедев В.Г. Управление затратами на предприятии: Учебник. – СПб.: Врублевский Н.Д. Управленческий учет издержек производства и себестоимости продукции в отраслях экономики: Учебное пособие.-М.: Изд-во «Бухгалтерский учет», 2004.- 376 с.

2. Попова Л.В., Головина Т.А., Маслова И.А. Современный управленческий анализ: Теория и практика контроллинга. – М.: ДИС – 2006
3. Трубочкина М. И. Экономический анализ деятельности предприятия - М.:ИНФРА-М,2006

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ ЛИЧНОСТИ ПЕРСОНАЛА КАК ПРИЧИНА ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ

Ходосевич А.С.

Аспирантка кафедры Общей психологии, КубГУ, г. Краснодар

E-mail: lightlafoon@mail.ru

Во второй половине XX столетия в мировой экономике наблюдается стремительное и эффективное развитие рыночных отношений. На каждом этапе своего развития общество располагает определенными материальными и трудовыми ресурсами, а также имеет объективно складывающиеся общественные потребности, размер и содержание которых регулируется, в первую очередь, общественной производительностью труда. Чем быстрее и эффективнее развивается общество, тем глубже разделение труда и тем сложнее процессы специализации общественного производства. Сама современная экономическая система является своеобразным продуктом все возрастающих масштабов разделения труда и углубления специализации [1].

Таким образом, широкие горизонты современного рынка профессиональных направлений и сфер занятости предоставляют огромное количество новых возможностей для самореализации человека.

Однако стремительное развитие видов приложения труда и занятого в нем населения не определяет качество предоставляемых услуг и производства. Во многом проблема качества труда связана с постоянной текучестью персонала во многих отраслях. В настоящее время значительный уровень текучести кадров является одной из серьезных проблем, стоящих перед российскими компаниями. Под этим понятием обычно понимается процесс изменения кадрового состава, обусловленный увольнением одних сотрудников и приходом им на смену других.

Причинами текучки персонала служат разнообразные факторы. Условно их можно разделить на объективные (внешние) причины и субъективные (внутренние). Говоря об объективных причинах, прежде всего, необходимо отметить, что в последнее десятилетие возрастает независимость работника, снижается его преданность организации, все больший акцент делается на достижение собственных целей. Субъективных причин значительно больше. Они индивидуальны и значительно варьируются в различных

должностных, профессиональных и возрастных группах [4]. Одними из ряда субъективных причин выделяются этические проблемы, связанные с утверждением или, наоборот, с ущемлением человеческого достоинства и возможности самореализации [3]. Таким образом, мы можем говорить о проблеме реализации личности в труде, или об «удовлетворенности/неудовлетворенности трудом». Отсюда особую актуальность приобретает изучение профессиональной мотивации (направленности, интересов и планирования жизненных приоритетов) сотрудников организаций, так как соответствие профессиональных ориентиров персонала организационным миссиям их работодателей является гарантом снижения текучести и увеличения производительности труда.

Проблемы гуманитаризации труда в своих работах рассматривали многие исследователи. Рассмотрим некоторые из них. Так, А.Н. Леонтьев говорил о полимотивированной человеческой деятельности [2]. Э. Фромм выделял проблему отчуждения человека от самой деятельности [5]. Человек, вынужденный зарабатывать деньги, соглашается на такую работу, которая не приносит ему внутреннего удовлетворения, в итоге такая работа препятствует полноценной самореализации в труде, хотя и дает человеку определенные материальные и иногда престижные «выгоды». Со временем может наступить глубочайший внутренний кризис нереализованности, в котором Э. Фромм видит главную причину неврозов многих взрослых людей.

Однако конкретных сравнительных исследований в области мотивации персонала и удовлетворенности трудом специалистов на сегодняшний день недостаточно.

Поэтому целью нашей работы стало исследование согласованности профессиональной направленности личности требованиям профессии у представителей 3-х профессиональных групп: технические специалисты, работники сферы услуг и студенты менеджерской специальности.

Данные профессиональные группы были выбраны для сравнительного анализа по критерию различного семантического содержания их профессиональной деятельности (три профессиональные области: инженерия, управление и сфера услуг).

Выборка составила 238 человек в возрасте от 18 до 68 лет, среди них 149 сотрудников сферы услуг (сотрудники различных видов сервиса г. Краснодара: официанты, продавцы, сотрудники автосервиса

и туризма, парикмахеры и другие мастера индустрии красоты), 49 студентов бакалавров менеджерской специальности (1 курс) и 40 сотрудников предприятия связи (инженеры) г. Краснодара.

Для опроса использовалась методика «Якоря карьеры». Данная методика позволяет выявить ведущие карьерные ориентиры личности, которые направляют ее реализацию в профессии.

Наиболее важным трудовым критерием все три профессиональные группы для себя считают *Стабильность места работы*. При этом наиболее выражена эта ценность у представителей технической специальности (8.1 баллов из максимальных 10). Следующей по значимости ценностью все испытуемые называют *Интеграцию стилей жизни* (студенты – 7.5 баллов, сервис – 7.2, инженеры – 7.1). Завершающей карьерной ориентацией из наиболее значимых у инженеров и студентов является *Служение* (студенты – 7.4, инженеры – 6.8), а у представителей сферы услуг – *Автономия* (6.8 баллов).

Наименее значимыми работники сервиса и студенты считают *Вызов* (сервис – 6.1, студенты – 5.9 баллов), *Профессиональную компетентность* (сервис – 5.6, студенты – 4.4 балла) и *Стабильность места жительства* (сервис – 5.5, студенты менеджеры – 4.3 балла).

Несколько иная картина выборов наименее значимых карьерных ориентаций у инженеров: *Стабильность места жительства* (5.2), *Менеджмент* (4.5) и *Предпринимательство* (также 4.5 баллов).

Таким образом, несмотря на значительный возрастной разброс среди трех представленных профессиональных групп (средний возраст инженеров – 37 лет, представителей сервиса – 27 лет и студентов менеджеров – 21 год), общегрупповая динамика карьерных предпочтений среди опрошенных свидетельствует о потребности респондентов в безопасности и стабильности организации-нанимателя, чтобы будущие жизненные события были предсказуемы. Респонденты стремятся к занятости в такой организации, которая может обеспечить определенный срок службы, имеет хорошую репутацию, заботится о своих сотрудниках после увольнения, выплачивает достойные пенсии и выглядит более надежной в своей отрасли. Также для участников опроса очень важно сбалансировать и другие сферы жизни, найти между ними взаимный компромисс, то есть интегрировать различные стороны образа жизни.

Профессиональная компетентность занимает одну из последних позиций в списке карьерных приоритетов у опрошенных студентов и работников сферы услуг. Данные респонденты в большей степени хотят управлять другими людьми, быть менеджерами и не хотят работать на других. Они стремятся к созданию своего дела и финансового благополучия, но не к развитию своих способностей и талантов в определенной отрасли, можно сказать, что у них отсутствует желание достигнуть пика мастерства в своем деле. Иная картина карьерных ориентаций среди представителей технической специальности. Так, профессиональная компетенция имеет для достаточно большую значимость в списке профессиональных ценностей, зато наименее выражено стремление к управленческой работе и организации предпринимательской деятельности.

Также все участники опроса в меньшей мере связывают свою жизнь с определенным географическим регионом, не стремятся «пустить корни» в определенном месте и готовы в случае необходимости к смене места жительства.

Таким образом, мы можем предположить, что у студентов менеджеров еще не в полной мере сформировалось представление об особенностях и приоритетах будущей профессии, так как их внутренние потребности соответствуют скорее общим ожиданиям от организации-нанимателя и жизни в целом, но не специфике работы управляющего.

Представители сферы услуг не в полной мере удовлетворены настоящим местом работы, а значит, есть основания прогнозировать увольнение данных сотрудников, так как это неизбежный результат накопления внутренней неудовлетворенности и фрустрации актуальной профессиональной направленности.

Наиболее комфортно среди участников опроса чувствуют себя в выбранной профессии представители технической специальности, так как продемонстрированная ими общегрупповая иерархия ценностей в наибольшей степени приближена к требованиям профессии инженера (ориентация на стабильность работы и профессиональную компетенцию и в меньшей мере на менеджмент и предпринимательство).

Итак, как видно из представленных выводов, студенты менеджеры, работающий персонал сервиса и инженеры отличаются по карьерным ориентациям. Это дает нам основания провести анализ достоверности различий. Соотношение предпочтений карьерных

ориентаций между тремя исследуемыми группами рассматривалось в работе с помощью метода статистической обработки данных – Стьюдента (t-критерий) для независимых выборок для уровня достоверности 0,05 (вероятность 5%).

В итоге была выявлена достоверность различий среди студентов менеджеров и представителей сферы услуг по следующим шкалам: *Профессиональная компетентность* и *Стабильность места жительства* (табл. 1), между инженерами и представителями сервиса выявил различия по таким шкалам, как Менеджмент, Автономия и Предпринимательство (табл. 2) и между инженерами и студентами менеджерами по Профессиональной компетенции, Менеджменту и Предпринимательству.

Таким образом, мы выявили, что уровень мотивации инженеров самый низкий среди трех опрошенных профессиональных групп. Аналогично ориентации на управление процессами и людьми в организации и на предпринимательство у инженеров также самые низкие. А в сравнении с сервисным персоналом они менее склонны к освобождению от организационных правил, предписаний и ограничений.

По стремлению к управленческой деятельности, автономии и предпринимательской деятельности между студентами менеджерами и представителями сервиса различий не выявлено. То есть, и для работников сервисных организаций, и для будущих менеджеров, и для инженеров в равной степени важно, чтобы организация-наниматель была надежной и обеспечивала стабильной работой в любые и даже кризисные времена. Наравне с этим приоритетом, все три исследуемые подгруппы не стремятся к карьерному рабству и посвящению своей жизни только лишь работе. Напротив, они стремятся к максимальной гармонии в распределении своего времени в жизненном пространстве.

В связи с полученными в результате исследования данными, мы можем сделать вывод о том, что на момент эксперимента наиболее комфортно чувствовали себя на рабочем месте инженеры. Сотрудники сферы услуг, напротив, не были в достаточной мере удовлетворены настоящим местом работы, и рассматривают ее, скорее, как временную занятость, что, вероятно, повлечет большинство увольнений в будущем. Одновременно, студенты на момент исследования не в полной мере осознают специфику обучаемой профессии управленца и ориентированы на общие представления об оптимальном месте работы, они также глубоко заинтересованы в организации общего

жизненного пространства, а не на карьерный рост в управлении. Это дает нам основания надеяться, что со временем дальнейшего обучения на следующих курсах они выработают более четкую позицию по построению будущей линии профессионального поведения в должности менеджера предприятия.

Полученные в результате исследования данные следует учитывать при разработке и реализации программ мотивационного стимулирования сотрудников разнопрофильных организаций, а также для выстраивания индивидуализированных планов профессионального и личностного роста и планирования карьеры у студентов. Это позволит надеяться на достижение оптимальной результативности труда и предотвращение массовой текучести персонала, обусловленной неудовлетворенностью трудом.

Список литературы:

1. Ермишин П.Г. Основы экономической теории: курс лекций. Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aup.ru/books/m63/>
2. Леонтьев А.Н. Потребности, мотивы и эмоции. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971. — 40 с.
3. Пряжников Н.С., Пряжникова Е.Ю. Психология труда и человеческого достоинства: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 480 с.
4. Текучесть персонала: причины, последствия, способы оптимизации: Институт проблем предпринимательства [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ipnou.ru/article.php?idarticle=002859>
5. Фромм Э. Человек для себя. Минск: Коллегиум, 1992. – 253 с.

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА КОМПАНИЙ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Чарышева С.Р.

*Аспирант Государственного Университета Управления г.
Москвы.*

E-mail: charysheva@gmail.com

Экономический кризис (от греч. *krisis* — поворотный пункт) определяется как «резкое ухудшение экономического состояния

страны, проявляющееся в значительном спаде производства, нарушении сложившихся производственных связей, банкротстве предприятий, росте безработицы и в итоге — в снижении жизненного уровня, благосостояния населения» [3]. Основной причиной экономических кризисов является сформировавшийся в течение предшествующего кризису периода роста экономики разрыв между производством и потреблением.

Для понимания того, как изменяющиеся социально-экономические условия влияют на социально-психологическое состояние персонала предприятий, необходимо в первую очередь ответить на вопрос о том, как именно проявляется текущий кризис в энергетических организациях и в энергетической отрасли, каковы его положительные и отрицательные последствия для самого предприятия, а также для персонала организации. Данная проблема широко освещается экспертами, исследовательскими и консалтинговыми компаниями, в публикациях в СМИ и в научных изданиях, а также в статистических отчетах.

Рынок электроэнергии РФ является четвертым из самых больших и растущих в мире [9]. Основные проблемы российского энергетического сектора, на которые обращается особое внимание это: изношенность оборудования, низкая эффективность труда (производительность труда в сфере электроэнергетики РФ, по мнению экспертов исследовательской группы McKinsey*, составляет по состоянию на 2009 год 15% от уровня США), острая потребность в расширении мощностей. Среди основных проблем развития энергетического комплекса РФ также выделяются: высокий дефицит инвестиций, огромный износ основных фондов и промышленного оборудования (износ составляет по разным оценкам до 60%), перекосы в ценовой политике, научно-техническое отставание, крайне высокая энергоемкость экономики - в 3,5 раза более высокая, чем в высокоразвитых странах Запада [9]. Вопросы повышения эффективности производства ранее были отодвинуты на второй план, поскольку компании уделяли первоочередное внимание экстенсивному развитию в благоприятствующих условиях высоких цен на энергоносители, подчеркивают аналитики McKinsey.

Также в числе отрицательных особенностей российской энергетики, усугубляющих кризисные последствия, отмечаются: недостаток навыков в области закупок, проектирования и реализации крупномасштабных проектов, необходимость устранения избыточных

административных подразделений и централизации вспомогательных функций (в том числе, касающихся управления персоналом). Отрицательно сказываются отставки и изменения в руководстве предприятий сферы энергетики, произошедшие, в том числе, в последнее время как следствие изменений инвестиционного климата в России. Руководители ряда компаний подтверждают, что происходит изменение инвестиционных программ либо их оптимизация, но все это делается с целью их уменьшения либо увеличения сроков реализации.

* McKinsey международная консалтинговая компания широко представленная на Российском рынке данного вида услуг, осуществляет деятельность в электроэнергетике с 1993 г.

Перспективы быстрого восстановления экономики также достаточно неутешительны. Так, консенсус-прогноз ОПЕС.ru и ГУ ВШЭ от 19.08.2009 на 2009-2010 гг. указывает на «очень медленное восстановление или даже стагнацию экономики после кризисного шока: ВВП вырастет в 2010 г. лишь на 1,7%, потребительский спрос – на 2,5%, инвестиции – на 3,1, реальные располагаемые доходы населения на 1,9%» [4].

По результатам анкетирования Российским союзом промышленников и предпринимателей (РСПП) глав промышленных предприятий, выделяются следующие последствия мирового финансового кризиса, общие для всех отраслей экономики: снижение индекса промышленного производства, просроченные задолженности по заработной плате, более 50% компаний сообщают о негативных тенденциях, обусловленных кризисом, задолженностях, снижении спроса на продукцию (об этом заявили более 57% опрошенных компаний). О прекращении инвестиционных программ и совместных партнерств заявили более 40% компаний, участвующих в опросе.

По энергетической отрасли, последствия кризиса могут быть растянуты во времени - в настоящее время 36% опрошенных РСПП компаний рассматривают возможность внедрения энергосберегающих и ресурсоэффективных технологий, что дополнительным негативом скажется на энергетическом рынке (вследствие снижения потребления энергии). Стремление к энергосбережению – одна из наиболее популярных мер, предусматриваемых промышленными компаниями, в качестве антикризисных.

Тем не менее, ресурсы, которыми обладает Россия, являются одним из основных экономических потенциалов, которые дают

перспективу выживания государства, а во многом, и всего мирового сообщества, в XXI веке. "Энергетический сектор России обеспечивает около 1/4 производства ВВП, 1/3 объема промышленного производства и доходов консолидированного бюджета, примерно 1/2 доходов федерального бюджета, экспорта и валютных поступлений", подчеркивает Хлебников В.В. [6]

В целом, предприятия, которые подверглись острому влиянию кризиса, переживающие экономические проблемы, часто являются неплатежеспособными, сокращение расходов для них – первоочередная мера, обеспечивающая выживание. Естественно, сокращение расходов на человеческие ресурсы всегда негативно отражается на всей системе управления ЧР. Это и невозможность нанять или подготовить профессиональный персонал, что ведет к неконкурентоспособности; неспособность обеспечить рыночно обоснованный и адекватный уровень оплаты труда, что может привести к изменениям в возрастной и профессиональной структуре. Рассмотрим эти вопросы более подробно.

Около 89% опрошенных РСПП компаний рассматривают общее сокращение оперативных расходов наиболее действенной антикризисной мерой. Расходы на персонал и социальную политику урезают более 60% организаций. «В части снижения расходов на персонал предполагается сокращение найма новых работников (58% компаний), сокращение штатов (43% компаний) и переход на неполное рабочее время (39% компаний)», говорится в отчете РСПП. Эти данные подтверждаются также исследованием Центра аналитических исследований “Анкор” [5]. «41% компаний планируют *сократить* заработную плату сотрудников, 17% намерены сократить расходы на персонал путем сокращения рабочего времени, а сократить свои расходы за счет отказа от всех или части льгот решили 26% компаний», заявлено в отчете по исследованию, проведенному компанией «Анкор». Сокращение издержек происходит, как правило, за счет оплаты труда, бонусных схем, социальных пакетов.

Отметим, что по результатам исследований, экономия за счет сокращения персонала, хотя и приносит краткосрочную очевидную выгоду, не является единственным оптимальным решением – вопросы последующего, после сокращения расходов, восстановления кадрового потенциала, профессиональных навыков и конкурентоспособности персонала, могут стать серьезными проблемами.

В условиях антикризисного управления наиболее часто встречающиеся проблемы - это неудовлетворённость оплатой труда, отток квалифицированного персонала, социально-психологическая напряжённость. Неудовлетворённость оплатой возникает из-за отсутствия ясных и прозрачных принципов взаимосвязи между результатами труда и вознаграждением за него; из-за небольшой разницы в оплате труда редких высококвалифицированных (ключевых) и легкозаменяемых (обычных) специалистов; из-за задержки выплат... Социально-психологическая напряжённость возникает из-за отсутствия видения перспектив развития предприятия, страха перед возможным сокращением» [2].

Энергетические компании зачастую отдают себе отчет, что от сохранения кадрового состава, от профессионализма кадров напрямую зависит жизнь и здоровье сотрудников компаний, и потребителей. Можно говорить об интенсификации труда, сочетающейся с появлением новых зон ответственности работников.

«Во всем мире кризис продолжает отрицательно сказываться на работе компаний. Сокращение рабочих мест является одним из распространенных последствий экономического кризиса, и в сложившихся условиях руководителям приходится принимать нелегкие решения... Понятно, что работники также ощущают на себе напряжение, создаваемое кризисом, и в этих условиях им необходимо сохранить свою мотивацию и стимулы к развитию», говорится в отчете по обсуждению проблем управления персоналом и антикризисного управления Делойт Туш Томацу, одной из ведущих консалтинговых фирм мира.

Согласно исследованию, проведенному «The Boston Consulting Group» (BCG) и Европейской Ассоциацией Управления Персоналом (ЕАРМ) среди 3348 управляющих и топ-менеджеров, исследованы и выделены наиболее частые меры по антикризисному управлению персоналом, а также предлагается программа стратегического управления персоналом в период кризиса [7].

Самая распространенная в период кризиса мера сокращения расходов – прекращение набора нового персонала. Естественно, прекращение набора и персонала – неблагоприятная мера с точки зрения квалификации сотрудников, которая должна «подпитываться» свежими кадрами. Как результат, после кризисов прошедших лет, многие компании оставались без профессиональных и высококвалифицированных сотрудников – те, что работали в

компаниям, уходили к конкурентам, уже предлагавшим более привлекательные условия работы (также персонал постоянно сокращается за счет естественной текучести), а найти свежие кадры становилось достаточно проблематично в условиях оживления рынка труда. Многим компаниям, которые работают в условиях высококонкурентного рынка, приходится продолжать набор персонала. Так, концерн Даймлер в 2009 году открыл порядка 300 вакансий квалифицированных инженеров, а также 1500 вакансий начального уровня, также и BNP Paribas (ведущий французский банк) продолжает найм высококвалифицированного персонала. Среди самых «популярных» антикризисных мер называются увольнения штатных сотрудников (34% от общего числа принявших в опросе компаний). При этом, в отдельных отраслях, эта доля может быть существенно выше (автомобильная промышленность – 46%, потребительские товары – 45%, промышленные товары – 44%, технологии и связь – 41%). Также, наблюдается большой разброс по странам (например, в Великобритании сокращения наблюдаются в 57% компаний, во Франции в 37%, а в Германии – «лишь» в 32%).

Распространенными мерами антикризисного управления является сокращение расходов на корпоративные мероприятия, сокращение бонусов сотрудникам по результатам деятельности компании. Как показывают опросы, урезание расходов на мероприятия и бонусы сильно влияет на лояльность сотрудников (и таким образом, недостаточно экономически оправдано).

В сфере электроэнергетики, самыми распространенными методами сокращения расходов на управление персоналом являются:

- сокращение расходов на найм нового персонала (72% компаний, принявших участие в исследовании)
- увольнение временных работников (52%)
- сокращение расходов на корпоративные мероприятия (40%)
- сокращение бонусов, выплачиваемых по результатам работы компании (36%)
- увольнение штатного персонала (28%)
- сокращение расходов на развитие и тренинг личностных качеств сотрудников (28%) и их профессиональное (24%) обучение [7].

Кроме того, широко распространенными методами сокращения расходов на персонал, не всегда несущих явный экономический эффект и сильно снижающие лояльность и мотивацию сотрудников, служат:

- Сокращение рабочего времени сотрудника (уменьшение количества оплачиваемых рабочих часов), что приводит к фактическому уменьшению заработной платы бонусов и других вознаграждений
 - Увольнения по собственному желанию (фактически, результирует в увольнении работника без выплаты надлежащих выходных пособий, прописанных в трудовом законодательстве). Так, в России увольнение по собственному желанию де-факто является наиболее распространенным вариантом сокращения штатов в небольших, средних и, зачастую, крупных компаниях с отечественным частным капиталом.
 - Отказ работодателя от ежегодных индексаций заработных плат (возможно даже оговоренных при найме сотрудника на работу, что часто является нарушением контракта)
 - Предоставление неоплачиваемых отпусков
 - Введение новых (повышенных) норм производительности труда, выработки
- Мы можем проанализировать влияние отдельных мер, принимаемых предприятиями, на лояльность персонала, основываясь на результатах исследования ЕАРМ (табл. 1).

Таблица 1
Влияние мер по сокращению расходов
на лояльность персонала организаций

Предпринимаемые меры	Снижение или повышение лояльности
Найм высокопрофессиональных сотрудников из компаний-конкурентов	+27%
Использование внутренних сил для решения задач, которые ранее выполнялись подрядчиками	+26%
Привязка увольнений к личным результатам работы	+14%
Сокращение расходов на найм	+5%
Увольнение временных работников	+1%
Сокращение расходов на корпоративные мероприятия	-4%

Сокращение бонусов по результатам работы компании	по	-10%
Сокращение расходов на профессиональное обучение	на	-11%
Сокращение расходов на индивидуальное обучение	на	-13%
Сокращение бонусов по результатам личной работы	по	-16%
Уменьшение базового оклада		-21%
Увольнения штатных сотрудников		-24%

Основываясь на приведенных экспертных оценках, можно сделать вывод, что ситуация кризиса характеризуется сложностями в управлении и неопределенностью ситуации, что может влиять на психологическое самочувствие персонала организации. Благоприятный для эффективности работ фон повышенной лояльности персонала к фирме, а также повышенное внимание к ценным сотрудникам и к эффективности труда, может быть перечеркнут социально-психологической напряженностью, личностной неопределенностью и непониманием своей роли в изменившихся условиях, под давлением неблагоприятных материальных (ухудшение материальной мотивации) и нематериальных факторов (неопределенность будущего компании).

В качестве вывода к настоящей статье следует отметить, что на основании проведенного анализа мы можем выделить следующие основные последствия кризиса, влияющие на социально-психологическое состояние персонала энергетических предприятий и его адаптацию к условиям кризиса:

1. Изменение удовлетворенности оплатой труда;
2. Изменения принципов взаимосвязи и взаимоотношений между результатом и вознаграждением (бонусами). Рост вероятности задержки выплат материальных компенсаций включая заработную плату, бонусы и т.п.;
3. Потеря «профессиональной среды» - отток квалифицированного персонала в компании-конкуренты, либо из отрасли как таковой;
4. Рост социально-психологической напряженности и соответствующие изменения в психологическом климате в рабочих коллективах, изменение психологического самочувствия работников;

5. Отсутствие видения сотрудниками перспектив своей работы в организациях, а также нарушение и изменение видения будущего организацией в целом. Проблема ориентировки в социальной действительности работника;

6. Изменения лояльности: ее повышение в случае сохранения или даже повышения заработной платы, бонусов, компенсаций, либо снижение лояльности (в случае изменения мотивационных схем в худшую сторону);

7. Повышение внимания и сохранение наиболее ценных сотрудников;

8. Интенсификация труда (здесь также направленность может быть противоречивая в зависимости от вектора социальной поддержки и оплаты труда – от повышения нагрузки на отдельные категории сотрудников, до попыток сохранения штатного персонала вне зависимости от актуальной нагрузки);

9. Изменение фундаментальных ценностей и внимания к качеству продукции;

10. Усиление солидарности и мобилизация мотивационного потенциала работников, либо, как обратный вариант, паралич внутренней инициативы;

11. Более явная дифференциация социальных групп: на успешных и неуспешных подразделения;

12. Повышение роли нестандартных решений и изменение ответственности лидеров;

Отметим, что некоторые из перечисленных последствий могут оказывать непосредственное влияние на личность либо на группу. Фактически, каждое из этих свойств-последствий кризиса способно иметь как отрицательные, так и положительные воздействия. Создавшаяся кризисная экономическая ситуация одновременно несет как большие возможности, так и серьезные угрозы для каждой личности и компании, вносит значительную степень неопределенности в жизнь практически каждого человека. Критические проблемы, которые появляются на горизонте в современных условиях, требуют решения основных задач, важность которых возрастает с условиями кризиса. Это, в первую очередь, реструктуризация организаций, оптимизация HR-процессов, управление социально-психологическим состоянием персонала в период кризисных изменений, а именно - **управление социально-психологической адаптацией персонала к изменяющимся условиям.**

Список литературы:

1. Бергманн А., Паскье-Дорт Ж. Человеческие ресурсы в процессе перестройки и рационализации производства // Проблемы теории и практики управления. Международный журнал. – 1994. - №4.- С.6 – 11.
2. Жданов В. Управление персоналом в условиях антикризисного управления // Московский психологический журнал. – 2004. - №8.
3. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 495 с.
4. Смирнов С. Консенсус-прогноз на 2009-2010 гг. // Сайт ОРЕС.ру [Электронный ресурс] / 2009 – Режим доступа: http://ores.ru/docs.aspx?id=225&ob_po=88759, свободный. - Загл. с экрана.
5. Сокольчук А., Козлов Д. Влияние экономической ситуации на HR-политики // Сайт компании «Анкор» [Электронный ресурс] / 2009 – Режим доступа: http://www.ancor.ru/company/press/in_the_press/article/articleid/2313/, свободный. - Загл. с экрана.
6. Хлебников В.В. Антикризисное управление на энергетических рынках: монография . - М.: 2005. - 358 с.
7. Caye J.-M., Dyer A., Strack R., Leicht M., Minto A. Creating People Advantage: How to Address HR Challenges Worldwide Through 2015 // Сайт Boston Consulting Group [Электронный ресурс] / BCG, 2008 – Режим доступа: http://www.bcg.com/expertise_impact/Capabilities/Organization/People_Management_Human_Resources/PublicationDetails.aspx?id=tcm:12-15226, свободный. — Загл. с экрана.
8. Lean Russia: Sustaining economic growth through improved productivity. // Сайт компании McKinsey Global Institute [Электронный ресурс] / Апрель, 2009 – Режим доступа: http://www.mckinsey.com/mgi/publications/lean_russia/, свободный. - Загл. с экрана.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ТАМОЖНИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Черных Н.В.

канд. экон. наук, доцент АБиК, г. Москва

E-mail: ChernykhNV@rambler.ru

За последние три года работа с кадрами в таможенных органах России развилась в кадровую политику. Вышестоящие таможенные органы проводят кадровую политику на всех уровнях таможенной системы. Но это довольно сложная задача, так как из правоохранительной сущности таможенных органов и особого служебного положения, вытекают некоторые особенности проведения кадровой политики. Главная из них обусловлена бюрократизмом с его многочисленными правилами и предписаниями, которые обязательны на любой государственной службе. Таможенные служащие должны следовать строгим процедурам, уживаться с множеством ограничений. И именно из-за них и из-за разветвленной иерархической структуры таможенной системы все изменения протекают в ней чрезвычайно медленно.

Структура таможенной системы, очень разветвлена. При наличии в таможне 20-30 подразделений (отделов, групп и служб) система становится трудноуправляемой, разобщенной, она подвержена взаимодублированию. Начальнику таможни довольно сложно обеспечить реализацию принципа единоначалия в управлении и реализации единой таможенной политики. Следствием этого является нерациональная расстановка кадров.

Так как таможенная система - это система многоуровневая, значит в ней множество начальников и их заместителей, кроме них есть еще руководители групп и главные инспекторы, которые зачастую исполняют роль заместителей начальников отделов. Статистические исследования показывают, что в среднем в любой таможне на 6-7 сотрудников приходится один функционер, что ведет к отвлечению огромного числа людей непосредственно от таможенного контроля и к установлению нагрузки на инспекторский состав, а отсюда - к немалым материальным издержкам и к усложнению управления таможенной структурой. Карьера в такой системе приобретает формальный оттенок: рост в должности и в звании не приводит к росту профессиональному.

Часть руководителей всех уровней по-прежнему вместо рацио-

нальной перестройки технологии таможенного контроля ориентируется на повышение эффективности работы за счет роста численности кадрового состава. Но сейчас необходимо исходить из того, что дополнительных штатов нет и не будет. Путь решения этой проблемы - эффективное использование того кадрового потенциала, который уже имеется.

У каждой организации должен быть свой выбор путей реформирования кадровых служб. Один из путей - объединение всех служб организации, связанных с формированием кадрового состава, с планированием и организацией кадрового резерва, его стимулированием. Эта новая служба (или объединение служб) должна иметь компьютерную технику. В ее составе, кроме инспекторов по кадрам и подготовке кадров, должны быть юристы, социологи, психологи, физиологи, работники по связям с прессой.

Особую актуальность в наши дни приобретают вопросы социальной защищенности членов трудового коллектива. Обеспечение действенных социальных гарантий в системе таможенных органов, основываются на анализе и прогнозировании социальных процессов в таможах (предупреждение негативных процессов), своевременного выявления социально нуждающихся сотрудников таможенных органов и оказания им необходимой материальной и моральной поддержки, организации работы по оказанию помощи ветеранам, уволенным из таможенных органов, в решении социально-бытовых вопросов. Удовлетворение социально-культурных потребностей существенно влияют на социально-психологический климат в коллективе, на мировосприятие трудового коллектива, его деловой настрой и социальный оптимизм.

Особое место в реформировании кадровых служб должно отводиться ее руководителю, который помимо высшего образования и специальной психолого-педагогической подготовки должен обладать опытом кадровой и руководящей работы, должен иметь развитые организаторские, коммуникационные и познавательные способности. Руководителю службы по управлению персоналом необходимо владеть техникой управления кадрами, методами оценки личностных, деловых качеств работников и результатов коллективной работы, вопросами практического применения основ законодательства в работе с кадрами, способами воздействия на коллектив, методами и техникой публичных выступлений, ведения переговоров при возникновении трудовых споров.

Совершенствованию работы с персоналом в таможенных органах способствует развитие психологических служб в таможнях [2]. Психология таможенного коллектива - это сложная совокупность внутриколлективных процессов и явлений, сторон его духовной жизни. Психология каждого таможенника и социально-психологические явления таможенного коллектива находятся в диалектическом единстве. Они взаимно влияют друг на друга.

Направлений в деятельности психологической службы в таможни очень много. Во-первых, это участие в работе по профессиональному отбору кандидатов на службу в таможню. Во-вторых, создание банка психологических данных сотрудников таможни, проведение индивидуально-психологической работы с лицами, имеющими признаки затрудненной адаптации. В-третьих, оказание помощи руководящему составу и подразделениям таможни в создании здорового морально-психологического климата. В-четвертых, проведение психологического консультирования и оказание психологической помощи сотрудникам таможни и членам их семей[4].

Очень полезной и результативной может оказаться работа психолога с резервом кадров на выдвижение. Возможности здесь следующие: проведение психологической диагностики на предмет возможности зачисления кандидата в резерв; осуществление психологического консультирования резервиста по результатам его психологического обследования; оказание помощи резервисту в составлении индивидуального плана его подготовки к новой должности.

Для этого в наличии у психолога специальный инструментарий для выполнения задач по профессионально-психологическому отбору - это банк психодиагностических тестов (методик) для изучения индивидуально-психологических особенностей личности. Этот инструментарий позволяет получить оценки тех или иных психических особенностей кандидатов в соответствии с целями профотбора, для их должностной расстановки, прогнозировать социальное поведение личности в различных условиях деятельности.

В отличие от традиционных способов изучения личности: наблюдений, бесед, изучения личных дел и так далее, специальные психодиагностические методы обладают очевидными преимуществами. Они позволяют: собрать диагностическую информацию в относительно короткие сроки; предоставить

информацию о тех или иных особенностях человека; получить информацию в виде, позволяющем дать качественное и количественное сравнение индивида с другими кандидатами.

Необходимо отметить, что примерно 15-20 процентов кандидатов по своим индивидуально-психологическим особенностям не соответствует требованиям, предъявляемым сотрудникам таможенных органов, и не рекомендуются для приема на службу [3]. Но следует подчеркнуть, что заключение психолога носят все же рекомендательный характер.

Кроме того, психолог с помощью средств психодиагностики может осуществлять контроль за профессиональным развитием личности сотрудника таможни и участвовать в оценке кадров на аттестации.

Дело, однако, в том, что как бы критически не относился новый работник к системе службы в таможне, ему все равно придется в ней работать, если он хочет сделать карьеру. Выход один - разрабатывать собственную стратегию с учетом первичности организации по отношению к своему персоналу. Но не у всех это получается. Зачастую таможенный служащий оказывается в положении начальника тюрьмы, которая переполнена; но из-за роста преступности увеличивается и число поступающих в нее преступников. Начальник тюрьмы не может не принимать новых заключенных, не может расширить тюрьму или досрочно освободить отбывающих наказание. Единственное решение - продолжать прием новых заключенных. Налицо предпосылка для разочарования в своей работе.

Работа с персоналом в таможне требует постоянного совершенствования, так как именно в этом заложены большие потенциальные возможности повышения эффективности работы служащего таможни, а значит достижения им высокого профессионального мастерства и, как следствие, более высокого уровня на служебной лестнице [1]. Но так как директивы по всем направлениям деятельности таможни поступают из Государственного таможенного комитета, трудно говорить о совершенствовании работы с персоналом в отдельно взятой таможне. Этот процесс находится в прямой зависимости от совершенствования кадровой политики в таможенной системе в целом.

Список литературы:

1. Демченко А.А., Родин В.Ф. «Управление в системе таможенных органов»: М.-РТА, 1996., - 255 с.
2. Кибанов А.Я., Дуракова И.Б. «Управление персоналом организации»: М.: «ЭКЗАМЕН», 2003.–238 с.
3. Шапошников Н.Н. «Таможенная политика России до и после революции»: М.–Л., 1999.- 365 с.
4. Маусов Н. «Менеджмент персонала-ключевое звено внутри-фирменного управления»//Проблемы теории и практики управления.– 1996.-№ 6

ПРОВЕДЕНИЕ ТЕНДЕРОВ НА ПОДБОР АУДИТОРСКОЙ КОМПАНИИ КАК ЭЛЕМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ

Шкуренкова А.Б.

ст. преподаватель МГУПИ, г. Москва

E-mail: alla_mae@mail.ru

В современных условиях для принятия оптимального управленческого решения об использовании финансовых ресурсов предприятия необходима достоверная и своевременная информация о состоянии данных ресурсов и об их влиянии на показатели финансово-хозяйственной деятельности в целом.

Посредством финансовых ресурсов осуществляется регулирование всех сфер деятельности предприятия. Основным источником, позволяющим получить необходимую информацию для принятия руководством оптимального, взвешенного решения, является бухгалтерская (финансовая) отчетность.

Наличие достоверной информации позволяет повысить эффективность функционирования рынка капитала и дает возможность оценивать и прогнозировать последствия принятия экономических решений.

В условиях рынка предприятия, кредитные учреждения, другие хозяйствующие субъекты вступают в договорные отношения по использованию имущества, денежных средств, проведению коммерческих операций и инвестиций. Достоверность этих отношений должна подкрепляться возможностью получать и использовать финансовую информацию всеми участниками сделок.[1]

Финансовую отчетность необходимо периодически подвергать независимой проверке с целью выражения мнения о ее достоверности и соответствии действующему законодательству. Такое мнение может быть выражено независимой аудиторской организацией или индивидуальным аудитором.

Аудиторская деятельность не подменяет контроля достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности, осуществляемого в соответствии с законодательством Российской Федерации уполномоченными государственными органами и органами местного самоуправления, а также системы внутреннего контроля, действующей на предприятии.

Сформулируем основные цели проверки финансовых отчетов со стороны независимых аудиторов:

- подтверждение достоверности отчетов или констатация их недостоверности;
- контроль за соблюдением законодательства и нормативных документов, регулирующих правила ведения учета и составления отчетности, методологии оценки активов, обязательств и собственного капитала;
- проверка полноты, достоверности и точности отражения в учете и отчетности затрат, доходов и финансовых результатов деятельности предприятия за проверяемый период;
- выявление резервов лучшего использования собственных основных и оборотных средств, финансовых резервов и заемных средств.[1]

Аудиторская проверка является обязательной и строго регламентирована законодательством в случаях, если:

- 1) организация имеет организационно-правовую форму открытого акционерного общества;
- 2) организация является кредитной организацией, бюро кредитных историй, страховой организацией, обществом взаимного страхования, товарной или фондовой биржей, инвестиционным фондом, государственным внебюджетным фондом, фондом, источником образования средств которого являются добровольные отчисления физических и юридических лиц;
- 3) объем выручки от продажи продукции (выполнения работ, оказания услуг) организации (за исключением сельскохозяйственных кооперативов и союзов этих кооперативов) за предшествующий отчетному год превышает 50 миллионов рублей или сумма активов

бухгалтерского баланса по состоянию на конец года, предшествовавшего отчетному, превышает 20 миллионов рублей;

4) в иных случаях, установленных федеральными законами.[3]

Обязательный аудит проводится ежегодно, в отличие от инициативного аудита, периодичность проведения которого определяется руководством предприятия самостоятельно.

Договор на проведение обязательного аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности организации, доля государственной собственности в уставном (складочном) капитале которой составляет не менее 25 процентов, заключается по итогам размещения заказа путем проведения торгов в форме открытого конкурса.

Порядок проведения торгов (конкурсов, тендеров), связанных с размещением заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных или муниципальных нужд предусмотрен Федеральным законом от 21 июля 2005 года N 94-ФЗ "О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд".

Размещение заказа может осуществляться:

1) путем проведения торгов в форме конкурса, аукциона, в том числе аукциона в электронной форме;

2) без проведения торгов (запрос котировок, у единственного поставщика (исполнителя, подрядчика), на товарных биржах). [2]

При размещении заказа путем проведения конкурса, аукциона, а также запроса котировок цен на товары, работы, услуги руководством предприятия создается конкурсная, аукционная или котировочная комиссия.

Состав комиссии утверждается приказом генерального директора. Необходимо также определить порядок работы комиссии и назначить председателя. Законом установлено право включать в состав комиссии преимущественно лиц, прошедших профессиональную переподготовку или повышение квалификации в сфере размещения заказов для государственных или муниципальных нужд (с 1 января 2009 года - не менее одного члена комиссии). Всего же число членов комиссии должно быть не менее пяти человек.

Членами комиссии не могут быть физические лица, лично заинтересованные в результатах размещения заказа. Надо отметить, что наличие таких лиц в составе комиссии может крайне негативно отразиться на результатах тендера.

Участником размещения заказа может быть любое

юридическое лицо независимо от организационно-правовой формы, формы собственности, места нахождения и места происхождения капитала или любое физическое лицо, в том числе и индивидуальный предприниматель. Они имеют право выступать в отношениях, связанных с размещением заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных или муниципальных нужд, как непосредственно, так и через своих представителей. Полномочия представителей участников размещения заказа подтверждаются доверенностью, выданной и оформленной в соответствии с гражданским законодательством, или ее нотариально заверенной копией. [2]

По результатам проведенных автором исследований, было выявлено, что более 42 процентов от общего числа конкурсов в сфере госзаказа приходится на долю тендеров на подбор аудиторской организации. Этот факт еще раз подтверждает необходимость использования информации о результатах аудита на основании полученного отчета и аудиторского заключения с целью эффективного управления финансовыми ресурсами организации.

Аудиторское заключение - официальный документ, предназначенный для пользователей бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемых лиц, содержащий выраженное в установленной форме мнение аудиторской организации, индивидуального аудитора о достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица.[3]

Необходимо также отметить, что сведения, содержащиеся в бухгалтерской (финансовой) отчетности организации, как правило, не подпадают под определение «коммерческая тайна» и представляют огромный интерес с точки зрения эффективного управления.

Рассмотрим далее наиболее частые ошибки и недостатки, выявляемые при проведении аудита и непосредственно касающиеся эффективного управления финансовыми ресурсами со стороны внутренних и внешних пользователей бухгалтерской (финансовой) отчетности организации.

К внутренним пользователям относят учредителей, руководство организации и ее сотрудников, акционеров и др.

Внешние пользователи - уполномоченные государственные органы и органы местного самоуправления, инвесторы, страховые организации, клиенты, партнеры организации и прочие заинтересованные лица.

1. Ошибки, связанные с невнимательностью сотрудников при внесении данных в программные средства автоматизации ведения бухгалтерского учета.

Доля таких ошибок крайне мала (не более 2-3 % от общего числа) и не приводит к существенным искажениям отчетности. Этому во многом способствует существующая на предприятиях система внутреннего контроля.

Для оперативного управления финансовыми ресурсами некорректно введенная информация (вне зависимости от степени срочности ее исправления) может привести к фатальным ошибкам при принятии управленческих решений.

Так, например, ошибочно внесенная информация о сумме произведенных платежей или полученных денежных средств может привести к снижению текущей ликвидности и, как следствие, отказу от выдачи кредитов и займов.

Ошибки в начислениях по налогам и сборам (не связанные с расчетами) – ввод лишних цифр или неправильное отнесение сумм в соответствующие бюджеты приводит к возникновению налоговых рисков по уплате штрафов, пени, а также к необходимости производить более длительные сверки с налоговыми органами.

Ошибки при вводе данных о заработной плате могут привести к занижению или завышению налогооблагаемой базы, что одинаково негативно как для руководства, так и для организации в целом. Отметим, что с 01 января 2010 г., в связи с заменой единого социального налога прямыми платежами в соответствующие фонды, в случае начисления сотруднику взносов на формирование накопительной и страховой части трудовой пенсии в большем или меньшем объеме и указания этих данных в отчетности, приведет к невозможности корректировки указанных сумм в дальнейшем в связи с отсутствием у органов Пенсионного фонда РФ реальной возможности проводить какие-либо действия с пенсионными накоплениями граждан без их письменного на то согласия.

Указание некорректных данных вне зависимости от их размера и характера может также ввести в заблуждение акционеров компании и как следствие приведет к оттоку финансовых ресурсов при выходе акционеров из состава общества.

2. Ошибки, непосредственно связанные с производением расчетов, занимают 8-12 % от общего числа и могут быть также легко устранимы, как и ошибки первой группы.

При проведении аудита такие ошибки могут оказать влияние на расчет существенности искажения отчетности.

Как и в первом случае данные ошибки приводят к налоговым и прочим видам рисков. По нашему мнению, на крупных предприятиях риск существования подобных ошибок гораздо выше, по сравнению с предприятиями среднего и малого бизнеса. Это в первую очередь связано с общим объемом производимых операций как по предприятию в целом, так и по каждому конкретному участку бухгалтерского учета.

3. Ошибки, связанные с неправильной трактовкой действующего законодательства занимают 25-30 % от общего числа. Особенно часто проявляются в период введения новых норм, правил и стандартов.

Значительная доля таких ошибок приходится на те предприятия, где уровень организации системы внутреннего контроля незначителен, отсутствует налаженная взаимосвязь финансовых и юридических подразделений, не проводится систематическое повышение квалификации финансовых сотрудников.

Влияние таких факторов приводит к снижению уровня собственных финансовых ресурсов предприятия (вследствие подверженности различным рискам) и необходимости внешнего финансирования за счет привлечения заемных средств на длительный срок. Процентные ставки за пользование такими средствами находятся у таких организаций на уровне 15-20 % годовых, что на 5-7 % выше ставок у организаций с более грамотным подходом к управлению.

4. Отражение несуществующих финансовых ресурсов выявляется в 20-25 процентах случаев и связано с отсутствием налаженного механизма проведения инвентаризации имущества и обязательств предприятия перед составлением годовой бухгалтерской отчетности.

Наличие подобных фактов существенно снижает качество принимаемых решений и может привести к снижению деловой активности и потере определенного положения на рынке товаров, работ, услуг (в зависимости от отраслевой специфики предприятия и осуществляемых видов деятельности).

5. Ошибки и недостатки, связанные с целенаправленным искажением отчетности в результате сговора или злого умысла должностных лиц предприятия. Занимают 15 – 20 % от общего числа и связаны, как правило, с хищением материальных и/или денежных

ценностей.

Говорить об эффективном управлении финансами организации в данном случае не приходится.

По результатам исследований, проведенных автором, число подобных ошибок и искажений существенно снизилось после введение в действие Кодекса об административных правонарушениях в РФ и ужесточения ответственности должностных лиц за финансовые правонарушения вплоть до уголовной. Однако, по нашему мнению, одним из наиболее значимых вопросов, который до сих пор не нашел отражение в нормативно-правовом регулировании финансово-хозяйственной деятельности предприятий, является отсутствие административной и уголовной ответственности для финансовых директоров, чье положение в организационной структуре на современном предприятии выше положения главного бухгалтера.

При проведении независимой аудиторской проверки указанные выше ошибки и недостатки могут быть выявлены и определено их влияние на достоверность отчетности в целом.

Как уже было сказано выше, участие в выборе аудиторской компании посредством проведения конкурсных процедур должны осуществлять лица, лично не заинтересованные в результатах размещения заказа на аудиторские услуги. Это должно обеспечить более прозрачную систему отбора аудиторской организации, и в конечном результате – объявление победителем конкурса организации, максимально удовлетворяющей потребностям всех заинтересованных пользователей бухгалтерской (финансовой) отчетности и в первую очередь – руководству компании и ее акционеров.

Проведение тендеров на подбор аудиторской компании, по мнению автора, процедура весьма востребованная на современном этапе не только в сфере госзаказа, но и в любой коммерческой организации, стремящейся к оптимизации процесса управления.

Сам по себе факт проведения конкурсов накладывает на высший менеджмент предприятия определенные обязательства и ответственность. Возможность выбора аудиторской организации по ценовому критерию (с учетом удовлетворенности другими предложенными аудиторами техническими характеристиками) позволяет иногда сэкономить значительные финансовые средства. Главным условием при этом остается разумная уверенность руководства аудируемого лица в надлежащем качестве аудиторских услуг.

При проведении тендеров на подбор аудиторских организаций необходимо руководствоваться действующим законодательством РФ, обычаями делового оборота и профессиональным суждением.

В зависимости от сферы деятельности подготовка и проведение тендера имеют свои особенности. Наиболее важным моментом является подготовка следующих документов: информационное сообщение, приглашение к участию, форма предложения, предварительная смета, дополнительная информация о проекте.

Тендеры на аудит законодательством отдельно не регламентированы, что приводит к целому ряду проблем, как на этапе подготовки конкурсной документации, так и на любом из этапов самой процедуры конкурсного отбора.

В работах, посвященных тендерам (конкурсам) затрагиваются общие вопросы, без уточнения особенностей подбора аудиторских компаний и предъявляемых к ней при этом критериев.

Даже если компания предпочитает не объявлять официальный конкурс, эксперты советуют проводить некое подобие тендера, сравнив сервисы двух-трех аудиторских фирм. Среди параметров, определяющих окончательный выбор, специалисты называют сроки проведения проверки, стоимость и детализацию работ, страхование рисков, связанных с деятельностью аудитора, положения договора. Недопустимо выбирать аудитора, предложившего минимальную цену, всегда следует сравнить и остальные параметры.

Профессионализм аудиторской компании можно определить исходя из следующих факторов:

- уровень квалификации специалистов;
- опыт работы с предприятиями, занимающимися определенными видами деятельности;
- оперативность и качество предоставляемых услуг.

При существующей системе проведения тендеров в России, аудитор, стремясь выиграть конкурс, идет на значительное снижение ставок и при этом может попасть в зависимость от клиента. Кроме того, само аудиторское сообщество должно устанавливать более жесткие требования к членам профессиональных объединений.

Когда выбор аудиторов будет производиться на основе оптимального сочетания двух основных критериев - качества и цены, аудит может принести предприятию реальную пользу.

Необходимо, по нашему мнению, также учитывать и тот факт,

что и внутренний аудит является неотъемлемым и важным элементом управления.

Перечислим основные функции внутренних аудиторов:

- 1) контроль за состоянием и наличием активов, недопущение убытков;
- 2) подтверждение выполнения контрольных процедур;
- 3) оценка эффективности функционирования системы внутреннего контроля;
- 4) оценка качества информации, используемой при принятии решений;
- 5) оценка финансового состояния предприятия в целом.

Потребность во внутреннем аудите особенно часто возникает на крупных предприятиях, поскольку дает взвешенную информацию о деятельности и подтверждает достоверность отчетов менеджеров. Внутренний аудит необходим главным образом для предотвращения потери ресурсов и осуществления необходимых изменений внутри предприятия.

На сегодняшний день достаточно много организаций, в том числе и аудиторских, которые оказывают услуги по разработке конкурсной документации, методике оценки конкурсных предложений и подготовке специалистов соответствующей квалификации. На наш взгляд, особого внимания заслуживают специализированные центры подготовки специалистов, работающих в сфере госзаказа и крупные аудиторские организации.

Грамотные специалисты, имеющие не только теоретический, но и практический опыт работы в области проведения тендерных процедур, на сегодняшний день уже не редкость. Однако следует иметь в виду, что экономия в данном вопросе может сказаться негативно на деятельности организации в целом.

Список литературы:

1. Суйц В.П., Ахметбеков А.Н., Дубровина Т.А. Аудит: общий, банковский, страховой: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2002.
2. Федеральный закон от 21 июля 2005 г . № 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд».
3. Федеральный закон от 30 декабря 2008 г. № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности».

МЕСТО ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Щеглова Д.Ю.

Специалист по маркетингу и рекламе, ООО Фирма «Синтез

Н», г.Красноярск

E-mail: ds_kras@bk.ru

В настоящее время Россия в мировой экономике выполняет роль экспортера сырья и импортера потребительских и инвестиционных товаров и услуг. Минерально-сырьевой сектор России обеспечивает 33% ВВП и 65% валютных поступлений. Доходы от экспорта сырья из России - ключевая статья заполнения бюджета. Кроме того, свидетельством сырьевого характера экономики является высокая доля добавленной стоимости, произведенной при добыче сырья.

Так, в частности, доля отрасли «Добыча полезных ископаемых», подсчитанная по добавленной стоимости в основных ценах, выросла в России с 6,8% в 2004 г. до 10,6% в 2008г. Стоит отметить, что основные цены не включают экспортные пошлины и заметно отличаются от цен мирового рынка. Экспортные пошлины при вывозе сырья составили 195 млрд. руб. в 2004 г. и 1896 млрд. руб. в 2008 г [3]. При условии учета экспортных пошлин в добавленной стоимости, доля отрасли «Добыча полезных ископаемых» в указанные годы превысила бы 8,6% и 17,5% соответственно.

В последние годы сырьевая специализация России в мировой экономике возрастает, что не является благоприятным фактором экономического развития страны. Эта зависимость укрепляется с повышением доли углеводородов в экспорте товаров, включая услуги, которая увеличилась с 35% в 2000 г. до 59% в 2009 г. [2] Доля углеводородов в экспорте товаров, не включая услуги, составила 36% и 61% соответственно. Кроме того, сырьевая модель экономики не гарантирует оптимального развития России, поскольку запасы полезных ископаемых со временем истощаются, а разведка новых месторождений требует все более высоких удельных капиталовложений. Наконец, сырьевая модель экономики исключает процесс научно-технического прогресса, который является основным стимулом современного экономического роста.

В сырьевом секторе состав продукции практически не подлежит изменениям, а применение новых технологий требует

создания нового оборудования, транспортных средств, технологических процессов, методов разведки и бурения скважин и т.д. Таким образом, без научно-технического развития в торгуемом секторе страна также импортирует новые технологии для сырьевого сектора. В результате, страна - основной экспортер сырья одновременно платит так называемую «интеллектуальную ренту» странам – технологическим лидерам. Итак, экспертами доказано, что сырьевая модель экономического развития не может обеспечить ни высоких темпов роста благосостояния народа, ни макроэкономической стабильности, ни международной конкурентоспособности российских предприятий, ни национальной безопасности России.

Мировой финансовый кризис подтвердил предположения экспертов и значительно отразился на процессах, проходящих в России. С 2008 года в стране наблюдается ослабление рубля, рост безработицы, замораживание инвестиционных программ, а также падение российского производства на 17,1% в мае 2009 года по сравнению с тем же периодом 2008 г. и на 2,1% по сравнению с апрелем 2009 года [6]. Таким образом, кризис стал определяющим фактором того, что выбранная сырьевая модель развития экономики государства является неэффективной.

Усиление роли инноваций и человеческого капитала открывает возможность построения инновационной экономики и является одним из путей вывода экономики России из сырьевой зависимости.

Этот процесс подразумевает повышение инновационной активности – интенсивности деятельности по разработке и внедрению новых или модернизированных продуктов (технологий) в хозяйственный оборот. Сущность оценки инновационной активности сводится не только к оценке масштабов разработки, внедрения и диффузии инноваций, но и к осуществлению отбора направления инновационного развития и формирования соответствующей инновационной политики.

В настоящее время инновационная деятельность в России переживает трудные времена. Это связано с тем, что до начала реформ крупномасштабные инновации осуществлялись государством. Поэтому специфика сложившейся на сегодняшний день ситуации заключается в том, что в стране имеется значительный технологический потенциал, уникальная научно-производственная база и высококвалифицированные кадры, но в то же время в связи с

общим экономическим спадом существует крайне слабая ориентация инновационного потенциала на реализацию научных достижений. По мнению экспертов, всего 2% от общего числа инвестиций компании планируют в 2010 году вложить в научно-исследовательскую и конструкторскую работу.

Для стимулирования развития российской науки были определены пять направлений: энергоэффективность и энергосбережение (в том числе вопросы разработки новых видов топлива); ядерные технологии; космические технологии; медицинские технологии; стратегические информационные технологии. Также отдельно было отмечено направление навигации и картографии, внедрение в реальный сектор экономики которого планируется к 2012 году.

Инновационная активность хозяйствующих субъектов обеспечивается

ведущей ролью государства на научно-техническом рынке в определении национальных приоритетов и активным воздействием государства на процесс инновационного развития через систему экономического стимулирования.

Экономическое стимулирование ускоренного обновления материальной базы промышленных предприятий должно стать одной из основных мер государственного воздействия на инновационный сектор.

Система стимулирования инновационной активности промышленных предприятий должна способствовать решению важнейших задач государства в области экономики: общей активизации применения инноваций, обеспечению структурной перестройки и повышению конкурентоспособности реальных секторов экономики.

Согласно «Плану мероприятий по стимулированию инновационной активности предприятий, осуществляемых в рамках реализации в 2009-2010 годах», предполагается обеспечить активное взаимодействие системы государственного управления, бизнеса, научного и экспертного сообществ, с целью разработки и использования современной методологии для формирования стратегических технологических направлений и для разработки среднесрочных планов развития высокотехнологичных отраслей, включая технологические платформы, технологические дорожные

карты, экспертные опросы, проведение прогнозных исследований по методике Форсайта.

В рамках поддержки инновационной деятельности существующих предприятий разрабатывается комплекс дополнительных налоговых льгот, ориентированный на создание благоприятных условий для продолжения развития отечественного наукоемкого бизнеса.

Итак, на данном этапе развития России необходимо формировать конкурентные преимущества направлений высокотехнологического сектора.

Основной причиной слабого развития в России высокотехнологического сектора послужило создание множества технологических монополий, возникших вследствие приватизации по отделимости звеньев «технологических цепочек» по производству готовых продуктов, особенно предприятий, находившихся в советский период в ведении разных министерств.

По мнению экспертов, высокотехнологичная модель может стать основой долгосрочного развития российской экономики и ее интеграции в международную систему разделения труда.

Одной из наиболее эффективных форм реализации подобной государственной политики является создание технопарков и других оптимально расположенных межотраслевых научно-технологических центров. Основываясь на техническом потенциале, такие «силиконовые долины» в России максимально эффективно создавать на базе учреждений, ведущих вузов и отраслевых научно-исследовательских институтов, опытно-конструкторских бюро и предприятий ОПК.

Технопарк предназначен также для осуществления государственного эксперимента по созданию научно-производственного цикла в регионе с высокоразвитой научной, технологической и производственной инфраструктурой для удовлетворения потребностей рынка в наукоемкой продукции. Предполагается, что Технопарк наращивает хозяйственную самостоятельность за счет участия в проектах по коммерциализации собственных или переданных ему разработок. Цель создания Технопарка реализация экономических и интеллектуальных возможностей регионов посредством формирования и развития региональной инновационной системы. В целом, по оценкам

экспертов, эффект для экономического развития страны выглядит следующим образом:

- Создание и совершенствование нормативно-правовой базы инновационной деятельности регионов;
- Повышение степени реального участия бизнеса в финансировании научных исследований и разработок для создания и реализации инновационных и высокорентабельных бизнес-проектов;
- Увеличена доля инновационной продукции в общем объеме промышленной продукции регионов в среднем в два раза;
- Сформированы новые конкурентные преимущества региональной экономики на рынке наукоемкой продукции;
- Создание новых рабочих мест в области высоких технологий.

Список литературы:

1. Антонец В. А., Нечаева Н. В., Хомкин К. А., Шведова В. В. Инновационный бизнес. Формирование моделей коммерциализации перспективных разработок [Текст] / Антонец В. А. //Изд-во: Академия народного хозяйства, 2009 г., 320 с. – с.154-156;
2. Котельникова З.В. Особенности развития розничных сетей и торговых форматов в продовольственном секторе российской торговли в 2000-х годах (региональный аспект) [Текст] / Котельникова З.В. // Мир России. 2009. - № 3. - С. 151-172.;
3. Милькина И. В. Инновационное развитие территорий: путь выхода из кризиса [Текст] / Милькина И. В. //Актуальные проблемы управления. – М.: ГУУ, 2005. – с. 13-14;
4. Поляков С.Г., Степнов И.М. Модель инновационного развития предприятия [Текст] / Поляков С.Г.// Инновации, 2003. - № 2-3(59-60). – С. 36-38.;
5. Сухарев О.С., С. О. Сухарев С.О. Инновации в экономике и промышленности [Текст] / Сухарев О.С.// Изд-во: Высшая школа, 2010 г. – 320 с. – с.68-69;
6. Инновационное развитие экономики России. Национальные задачи и мировые тенденции: междунар. конф.: сб. ст.: в 2-х т., 23-25 апр. 2008 г. / МГУ им. М. В. Ломоносова.- М.: МАКС-Пресс, 2008. - Т. 1. – 622 с .- 65-67 с.

«СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ»

Материалы международной заочной
научно-практической конференции

1 февраля 2010 г.

Печатается в авторской редакции

Подписано в печать 15.02.10. Формат бумаги 60x84/16. Бумага офсет
№1. Гарнитура Times. Печать RISO. Усл. печ. л. 12,6. Тираж 550 экз. Заказ 26.

Издательство ЭНСКЕ
630049, г. Новосибирск, Дуся Ковальчук, 270.
E-mail: enske@mail.ru

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного
оригинал-макета в типографии ЭНСКЕ
630049, г. Новосибирск, Дуся Ковальчук, 270.