

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Белгородский государственный национальный
исследовательский университет»
Институт экономики и управления

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ КОНГРЕСС

Сборник статей по материалам
комплексного научно-практического мероприятия
НИУ «БелГУ», 30 октября – 2 ноября 2018 г.



Белгород 2018

УДК 005
ББК 60.8
У 67

Редакционная коллегия:
ответственный редактор В.М. Захаров;
члены редколлегии: И.И. Гуляев, И.В. Богомазова, М.В. Селюков,
О.А. Герасименко, Т.В. Целютина

У 67 **Управленческий конгресс:** сборник статей по материалам комплексного научно-практического мероприятия НИУ «БелГУ», 30 октября – 2 ноября 2018 г. / отв. ред. В.М. Захаров. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2018. – 400 с.

ISBN 978-5-9571-2658-4

Настоящий сборник содержит материалы комплексного научно-практического мероприятия, прошедшего с 30 октября по 02 ноября 2018 года в Белгородском государственном национальном исследовательском университете. Статьи, вошедшие в сборник, представляют широкий спектр теоретических и эмпирических исследований, разносторонне раскрывающие актуальные проблемы современного управления.

Сборник предназначен для преподавателей вузов, научных и практических работников сферы государственного и муниципального управления, государственно-правового регулирования, социального менеджмента, социологов, экономистов и политологов.

УДК 005
ББК 60.8

ISBN 978-5-9571-2658-4

© НИУ «БелГУ», 2018

СОДЕРЖАНИЕ

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ

Астахов Ю.В. О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ В РОССИЙСКОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ПРАКТИКЕ	8
Бабинцев В.П. ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЭКСПЕРТОВ И ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ В РЕШЕНИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ.....	10
Вангородская С.А., Колпина Л.В. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ЗДОРОВЬЯ НАСЕЛЕНИЯ.....	16
Гамурак А.В. МОДЕРНИЗАЦИЯ ПУБЛИЧНОГО ПРОСТРАНСТВА ПОСРЕДСТВОМ ТЕХНОЛОГИИ ТАКТИЧЕСКОГО УРБАНИЗМА	20
Гуляев И.И. НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЛОББИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	24
Заливанский Б.В., Самохвалова Е.В. ИНСТРУМЕНТЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ.....	27
Захаров В.М., Никонова О.В. О ДЕСТРУКТИВНЫХ ФАКТОРАХ В РЕГИОНАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ: ОПЫТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА.....	32
Иващенко С.А. ВЛИЯНИЕ ВИРТУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА НА САМОРЕАЛИЗАЦИЮ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ	37
Каменева Т.Н. К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМА ИДЕОЛОГИЗАЦИИ В МЯГКОМ УПРАВЛЕНИИ СЕМЕЙНО-БРАЧНОЙ СФЕРОЙ	39
Кравцова И.В., Коровин Д.С. ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И РЕГИОНАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ.....	44
Надуткина И.Э., Компаниец С.А. ПРОБЛЕМА ПОИСКА ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ КАДРОВОЙ РАБОТЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ: ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА	48
Первякова Р.Н. РОЛЬ ТРЕТЬЕГО СЕКТОРА В РАЗВИТИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В ГЕРМАНИИ И РОССИИ.....	53
Реутов Е.В. ГОТОВНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ К УЧАСТИЮ В МЕСТНОМ САМОУПРАВЛЕНИИ КАК ПРОБЛЕМА МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ	61
Реутова М.Н. СОЦИАЛЬНАЯ МОБИЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛЬНОСТИ (НЕСТАБИЛЬНОСТИ) МЕСТНЫХ СОО БЩЕСТВ.....	68
Селюков М.В. ОСОБЕННОСТИ АКТИВИЗАЦИИ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ	71

Синельникова Н.А., Талашенко А.А. ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ В РАБОТЕ С МОЛОДЕЖЬЮ В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ НИУ «БелГУ»)	75
Стрелюк В.В., Семенов А.С. РАЗВИТИЕ И УПРАВЛЕНИЕ КЛЮЧЕВЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ В КОРПОРАЦИИ: МИРОВОЙ ОПЫТ	79
Шевченко Н.В. ИНОСТРАННЫЕ СТУДЕНТЫ КАК ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ РЕСУРС РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ	84
Salayev D.J. PECULIARITIES OF CIVIL SOCIETY IN UZBEKISTAN AND ITS DEVELOPMENT PROSPECTS	89

**НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОЦЕССАМ УПРАВЛЕНИЯ:
НЕЗАВИСИМАЯ ОЦЕНКА КВАЛИФИКАЦИИ, РЕАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ИДЕЙ,
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА В КОММЕРЧЕСКОМ
СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ**

Авилова Ж.Н. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ	93
Баранцева С.М., Пожидаев Н.А. ОЦЕНКА РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ООО «ЛАКОНД»	101
Ваганова О.В. К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ КОНЦЕПЦИИ «БЕРЕЖЛИВЫЙ ВУЗ»	106
Винник А.Е. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ВУЗОВ В РАМКАХ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ	109
Герасименко О.А. БИЗНЕС-ИДЕЯ ПРОЕКТА – ПЕРВОЭЛЕМЕНТ УСПЕШНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА	113
Долбня Н.В. СУЩНОСТЬ И РОЛЬ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА	117
Долинский Н.И. О ПРОБЛЕМАХ ПРЕОДОЛЕНИЯ СОПРОТИВЛЕНИЯ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ	123
Кравцова И.В., Васильевна В.Ю. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ И УПРАВЛЕНИИ	127
Кравцова И.В., Лаврентьев А.А. ICO И КРИПТОВАЛЮТЫ КАК ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ БУДУЩЕГО	132
Озерова М.М. УРОВЕНЬ КВАЛИФИКАЦИИ ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИЕЙ	135
Парфенова Е.Н. УКРЕПЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ С ПОМОЩЬЮ МАРКЕТИНГА-ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ	140
Прядко С.Н. ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА ВУЗА КАК ЦЕНТРА КОМПЕТЕНЦИЙ ДЛЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО БИЗНЕСА РЕГИОНА	146

Семибратский М.В. ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ	151
Стрельцова Т.П. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ФОРСАЙТ-ПРОЕКТИРОВАНИЯ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ КОНФЛИКТАМИ	156
Титова И.Н. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА	161
Козьяйчев Ю.В., Тхориков Б.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К ПОНИМАНИЮ СУЩНОСТИ КООПЕРАЦИИ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ	164
Яковенко Я.А. СУЩНОСТНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	168

СТРАТЕГИЯ И МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ РИСКОВ

Богодухова И.А., Нежелченко Д.И. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СМК НА ОСНОВЕ ISO 9001:2015 В ОГБУЗ «ДЕТСКАЯ ОБЛАСТНАЯ КЛИНИЧЕСКАЯ БОЛЬНИЦА» Г. БЕЛГОРОДА.....	174
Бураева Е.В. ВЫСШЕЕ АГРАРНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	180
Валенцева Е.В., Черкасова Т.С. ИЗУЧЕНИЕ БАЛАНСА ВАКАНСИЙ/РЕЗЮМЕ НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА И РЕСПУБЛИКИ КРЫМ.....	184
Вашейкина Ю.Ю. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА	191
Власова Т.А. ПОВЫШЕНИЕ ТРУДОВЫХ ДОХОДОВ РАБОТНИКОВ КАК ФАКТОР РОСТА ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИЯХ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ	194
Власова Т.А., Конорева К.В. ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ НА ОСНОВЕ ГРЕЙДИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА	198
Грудкина Т.И., Васенкова Я.В. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПЕРСОНАЛА СУБЪЕКТОВ МОЛОЧНОГО АГРОБИЗНЕСА И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ	204
Донец Л.И. МОТИВАЦИОННАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ И РИСК-ПОЗИЦИЯ РУКОВОДИТЕЛЯ КАК ПРИОРИТЕТНЫЕ ИМПЕРАТИВЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	210
Кислухина Н.В. СУЩНОСТЬ И НЕОБХОДИМОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ	215
Маслова Я.В. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ.....	220
Меркулова А.В. МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ В ФОРМИРОВАНИИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ	223

Нежелъченко Е.В., Нежелъченко Д.И. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СРЕДСТВ ТРУДА В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ	228
Никулина Н.Н. ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ АГРОПРОЕКТОВ	238
Попова Т.А, Лунина В.Ю. РЕВЕРСИВНАЯ ЛОГИСТИКА ПРИ УПРАВЛЕНИИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК: ВОПРОСЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ И КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ.....	242
Проняева Л.И., Федотенкова О.А. УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВЫМИ РИСКАМИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	247
Савранская Я.В. ИННОВАЦИИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА В АПК	253
Тимохина О.А. ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ СОЦИАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	256
Удалых О.А., Герасименко И.Н. БЮДЖЕТИРОВАНИЕ ЗАТРАТ НА РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ	261
Целютина Т.В., Великих П.К. ФОРМИРОВАНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ ГРАНИЦ КОРПОРАТИВНЫХ ЛИДЕРОВ ПРИ ВНЕДРЕНИИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОРГАНИЗАЦИЮ.....	266
Целютина Т.В., Ченцова Е.В. КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ МЕНЕДЖЕРА КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ	269
Целютина Т.В., Филатова Е.В. РАЗВИТИЕ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА И LEAN-ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЧИВОЙ VUCA СРЕДЫ	276
Целютина Т.В., Черкасских К.А. УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ ПОВЕДЕНИЕМ НА ОСНОВЕ УКРЕПЛЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ	281
Ягнюк И.М. ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ	286
 ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА И СЕРВИСА: ИЗВЕСТНОСТЬ, ИМИДЖ, ИНВЕСТИЦИИ	
Богомазова И.В., Аноприева Е.В. ИНВЕСТИЦИИ В ИНДУСТРИЮ ТУРИЗМА – ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР	291
Глумова Я.Г. НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПАРКИ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ РЕСУРС РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	295
Горбань А.В., Чипура О.С. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ РЕСУРС РЕКЛАМЫ И ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ МАУ «ПАРК «РОЕВ РУЧЕЙ».....	298
Жиленко В.Ю. НОВЫЕ ТУРНАПРАВЛЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РФ	302
Жуков П.В. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА ИЗ ИРАНА В РОССИЙСКУЮ ФЕДЕРАЦИЮ	306
Климова Т.Б., Яковенко О.В. ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В МЕЙНСТРИМЕ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ	310

Козлова В.А. ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ ПУТЁМ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ	314
Королева И.С. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МУЗЕЙНЫХ ДЕСТИНАЦИЙ.....	316
Лихошерстова Г.Н., Алтухова Н.Н. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	322
Негода А.А. СТРУКТУРА ВЗАИМОСВЯЗАННЫХ ЭЛЕМЕНТОВ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ РЫНКА ТУРУСЛУГ	324
Никифорова Г.Е. АКТИВНЫЙ И СЕМЕЙНЫЙ ОТДЫХ НА ПРИРОДЕ	329
Плохих Р.В., Жангутгина Г.О., Крылова В.С., Жакупова А.А. ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ АЛМАТИНСКОГО РЕГИОНА КАЗАХСТАНА.....	333
Польшина А.А. РОЛЬ ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ В ПРОДВИЖЕНИИ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ	337
Польшина Ю.Л., Лавриненко О.Н. РАЗВИТИЕ РОССИЙСКО-КИТАЙСКИХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	340
Ремнев А.И., Коротких И.Ю., Болтенко Ю.А., Зиновьева И.Г. РАЗРАБОТКА ЭЛЕМЕНТОВ УЗЛОВ И ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ПИЩЕВЫХ ХОЛОДИЛЬНЫХ СИСТЕМ	343
Ремнев А.И., Мячикова Н.И., Биньковская О.В., Коротких И.Ю. РАЦИОНАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПОИСКА БЛЮД ПРИ ИХ ВЫБОРЕ	350
Ремнев А.И., Мячикова Н.И., Биньковская О.В., Ремнева Л.А. ДИЗАЙН БЛЮД НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	356
Рогова А.В. КРАУДСОРСИНГ – СОВЕРЕМЕННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА	362
Сабанина Н.О., Кузнецова Н.В. К ВОПРОСУ О ТЕНДЕНЦИЯХ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ).....	366
Свиридова Н.Д., Козьякова С.С. МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ ОБЪЕМОВ РЕАЛИЗАЦИИ УСЛУГ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА.....	372
Слинкова О.К. СЕРВИС КАК ФАКТОР ГУМАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ	379
Смыкова М.Р., Плохих Р.В., Устенова О.Ж. РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ НА ОСНОВЕ АДАПТАЦИИ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА	385
Смыкова М.Р., Плохих Р.В., Устенова О.Ж. СЛОЖНОСТЬ И ТУРБУЛЕНТНОСТЬ ТУРИСТСКОГО РЫНКА В СВЯЗИ СО СТРАТЕГИЧЕСКИМ ПЛАНИРОВАНИЕМ	390
Сведения об авторах	395

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ В РОССИЙСКОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ПРАКТИКЕ

Ю.В. Астахов

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры социальных технологий,
НИУ «БелГУ»*

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы, связанные с особенностями устойчивого развития муниципальных образований. Подчеркивается, что переход России к устойчивому развитию позволит последовательно и обоснованно выстраивать наиболее эффективную систему местного самоуправления, отвечающую основным целям и задачам муниципальной реформы, способствующую устойчивому развитию административных единиц как социально-экономических и территориальных систем. В связи с чем, в России необходимо инициировать разработку и внедрение в муниципальную практику Местной Повестки Дня для каждого муниципального образования, что несомненно явится действенным стимулом в реализации принятых стратегий устойчивого социально-экономического развития городов до 2025 года и явится стимулом для дальнейшего улучшения качества жизни населения

Ключевые слова: кадровое обеспечение, устойчивое развитие местных сообществ, повестка Дня на XXI век, зарубежная практика, социально-экономическая стратегия, партнерские отношения.

В современных условиях XXI века российские регионы и муниципалитеты находятся на пути к формированию новых социальных и экономических отношений, и разработка стратегии устойчивого развития является одним из условий обеспечения успешного реформирования органов власти и муниципального управления и продвижения устойчивого развития в муниципальную практику.

Кадровое обеспечение устойчивого развития в современных условиях весьма важно еще и потому, что для выхода из кризиса российскому обществу, прежде всего, предстоит подтягивать территории, включая муниципальный фактор. Так как объективные российские социально-экономические процессы, внешние причины: падение мировых цен на нефть, антироссийские санкции вынуждают органы местного самоуправления использовать внутренние резервы и возможности для комплексного и качественного роста муниципальной экономики, социальной сферы, эффективно использовать знания и умения муниципальных кадров для постоянного улучшения социально-экономических результатов, социальных отношений и качества жизни местных сообществ.

Кадровое обеспечение устойчивого развития позволяет субъектам управления реализовывать на муниципальном уровне Стратегию социально-экономического развития территории муниципальных образований, направленных на улучшение качества жизни населения; успешно решать задачи, связанные с обучением и профессиональным развитием муниципальных служащих, используя в этих целях технологии опережающего кадров по стандартам третьего поколения; осуществлять ротацию кадров и сформировать обновленный кадровый состав муниципальной службы из числа управленческого кадрового резерва на конкурсной основе.

Устойчивое развитие местных сообществ в Российской Федерации является важнейшим средством успешного решения целостности развития территории, снятия

социальной напряженности и дальнейшего укрепления социального климата в муниципальных образованиях.

Данные процессы, происходящие сегодня в муниципалитетах Российской Федерации, волнуют как российских, европейских, так и американских ученых, и практиков, которые считают, «...что устойчивое развитие – это программа действия для локальных и глобальных экономических реформ. Задачей этой новой программы является разработка, реализация и распространение способов изменения процессов экономического развития с тем, чтобы они не разрушали экологические и социальные системы. При этом устойчивое развитие – это не «неподвижное государство гармонии», а продолжающийся процесс развития» [1].

К примеру, рассматривая данные проблемы, происходящие в Европейских странах, где регионализация устойчивого развития является неременным условием, способствующая позитивной тенденции, связанной с повышением уровня жизни населения и базирующаяся на создании новой системы управления территориями.

Так, планирование устойчивого развития в Германии обосновывает и подготавливает предписания по рациональному использованию территорий путем разработки концепции рационального развития, которое базируется на достижении политического консенсуса. В социальном рыночном хозяйстве планирование подчинено целям общественного развития, оно поддерживает экономическое процветание общества и кадровую политику, способствует эффективному использованию территории, а также сохранению и рациональному использованию кадровых и природных ресурсов. При этом, планирование устойчивого развития в Германии имеет четыре уровня: федеральный, региональный, местный и уровень федеральных земель.

В данном контексте следует отметить, что местное планирование – низшая ступень в системе планирования ФРГ, которая находится в компетенции местного самоуправления.

Накоплен опыт обеспечения устойчивого развития муниципалитетов в США. Органы местного самоуправления США являются мощными игроками региональной экономики. Они строят и поддерживают инфраструктуру, которая необходима для хозяйственной (экономической деятельности). В их компетенции установление стандартов, налогов, сборов, правила, которые определяют параметры экономического развития. Местные органы власти закупают большое количество продуктов и услуг, тем самым, оказывая действенное влияние на развитие рынков товаров и услуг.

Важно обратить внимание на то, что для достижения устойчивого развития американские муниципалитеты разрабатывают стратегии устойчивого развития или же локальные планы [5].

Таким образом, накопленный позитивный опыт планирования организации и продвижения американских муниципалитетов к устойчивому развитию полностью отвечает международным требованиям, обозначенным в Повестке Дня на XXI век, наиболее эффективно решаются на данном уровне, поэтому ответственность за их решение и выполнения находятся в компетенции руководящих органов муниципалитетов, о чем говорится в главе 28 «Инициативы местных властей в поддержку Повестки Дня на XXI век». Каждый район, муниципалитет, город уникальны в своем роде, следовательно, каждый должен формулировать свой собственный план по достижению стратегии устойчивого развития территории. Для этого создаются Местные повестки – более детальные и ориентированные на решение местных проблем.

Вместе с тем, необходимо отметить, что для многих российских муниципалитетов этот процесс является по сути инновационным в силу как экономических, так и социально-политических обстоятельств, поэтому мы полагаем, что необходимо в современной муниципальной практике изучить и использовать его, но не копировать, зарубежную практику этой деятельности.

В целом, социально-экономическая стратегия устойчивого развития муниципальных образований (городов) представляет собой качественный аналитический инструмент для оценки перспектив и возможностей развития городов Российской Федерации. На основе

анализа различных сторон жизни города вырабатываются обновленные проекты, муниципальные программы, направленные на дальнейшее повышение качества жизни населения местных сообществ, эффективности городского самоуправления и, как результат, к повышению его конкурентоспособности среди других городов [4; 3].

Таким образом, решение проблем устойчивого развития территории является комплексной задачей, которая связывает воедино практически все сферы жизни современного человека.

В этой связи, по мнению профессора Н.С. Данакина «...для выстраивания дальнейших партнерских отношений органов местной власти с населением, создания атмосферы доверия в целях продвижения эффективных систем управления территориями, необходимо информирование населения, и таким образом повышение его компетентности и социальной грамотности. Отсутствие информации исключает возможность какого бы то ни было контроля над ситуацией со стороны граждан, из-за чего многие из них чувствуют себя обманутыми» [2].

Итак, мы полагаем, что переход России к устойчивому развитию позволит последовательно и обоснованно выстраивать наиболее эффективную систему местного самоуправления, отвечающую основным целям и задачам муниципальной реформы, способствующую устойчивому развитию административных единиц как социально-экономических и территориальных систем. В связи с чем, в России необходимо инициировать разработку и внедрение в муниципальную практику Местной Повестки Дня для каждого муниципального образования, что несомненно явится действенным стимулом в реализации принятых стратегий устойчивого социально-экономического развития городов до 2025 года и явится стимулом для дальнейшего улучшения качества жизни населения.

Литература

1. The Local Agenda 21 Planning by International Council for Local Environmental Initiatives [Электронный ресурс] // URL: <http://www.idrc.ca/EN/Resources/publications/>
2. Данакин, Н.С. Технологии информационного обеспечения территориального общественного самоуправления / Н.С. Данакин // *Управление городом: теория и практика*. – 2014. – № 8. – С. 38-40.
3. Программы содействия развитию муниципальных образований на территории Российской Федерации: лучшие практики / Фонд устойчивого развития [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fund-sd.ru/rmo/index.htm>.
4. Устойчивое развитие на местном уровне и местная Повестка Дня на 21 век в нашей жизни: примеры, идеи, опыт / Общественное объединение «Экопроект». – Минск, 2003. – 45 с.
5. Шевченко, И.В. Устойчивое развитие: мировой опыт и проблемы России / И.В. Шевченко // *Региональная экономика: теория и практика*. – 2007. – № 13. – С. 3-10.

ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЭКСПЕРТОВ И ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ В РЕШЕНИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

В.П. Бабинцев

*доктор философских наук, профессор,
профессор кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»*

Среди контрагентов, наиболее регулярно включающихся в процесс решения региональных проблем, относятся государственные служащие и представители экспертного сообщества. Безусловно, взаимодействие между ними не исчерпывает всего разнообразия интеракций, складывающихся в ходе регионального управления, но именно они чаще всего выступают в нем в качестве наиболее активных факторов. Сотрудничество между ними

следует рассматривать как один из ключевых элементов партисипативного управления, переход к которому обусловлено объективной логикой развития государственного менеджмента в XXI столетии [1]. Реализация этой парадигмы означает, что управление приобретает пертинентный характер, становится респонсивным, ориентированным на меритократические установки участников [2]. Нередко в данном случае говорят о переходе к «делиберативной политике», предполагающей системный общественный диалог, рациональное обсуждение общественных проблем, в результате которого легитимируются управленческие решения [3, с. 58]. Конструктивный диалог экспертов и чиновников рассматривается в данной связи как один из способов такой легитимации.

Однако нельзя не отметить, что далеко не всегда взаимодействие между государственными менеджерами и экспертами, представленными преимущественно учеными, складывается удачно и дает ожидаемый участниками, да и большей частью регионального сообщества, позитивный эффект. В поисках причин этого стороны нередко (прямо или косвенно) обвиняют друг друга, что вряд ли способствует улучшению качества взаимодействия и выстраиванию действенной системы коммуникаций. Природа возникающих барьеров довольно сложна, их причины детерминированы комплексом объективных обстоятельств и субъективных факторов, которые не могут быть установлены на основе принципа «презумпции простых решений».

Автор данной работы предпринимает попытку рассмотреть их, опираясь на опыт включенного наблюдения, осуществляемого более двадцати лет совместной с чиновниками работы над региональными проектами в разработке региональных проектов и программ. В их числе «Программа улучшения качества жизни населения Белгородской области», 2003 год, «Стратегия формирования регионального солидарного общества на 2011 – 2025 годы», 2011 год, «Формирование системы общественной оценки органов власти, руководителей, государственных и муниципальных служащих Белгородской области», 2017 год (4, 5). Полученные в ходе наблюдения данные неоднократно обсуждались в публикациях автора и в выступлениях на конференциях различного уровня (в том числе: Управление в XXI веке: Международная научно-практическая конференция. Белгород, 2015, 2016, 2017 гг.; VIII международная Грушинская социологическая конференция «Социолог 2:0 трансформация профессии». Москва, 2018 г.).

Рассматривая процесс взаимодействия экспертов и государственных служащих в ходе решения региональных проблем, следует, прежде всего, принять во внимание то обстоятельство, что обе стороны относятся к специфическим корпорациям. Для каждой из них характерны особенности мировосприятия и соответствующие им социокоды поведения. Это своеобразные субкультуры, не учитывая содержания, которых невозможно понять интересы и мотивы контрагентов, порождающие, в конечном итоге, комплекс коммуникационных барьеров.

Эксперты (при условии, что они действительно являются таковыми, то есть профессионалами, компетентными в конкретной сфере познавательно-практической деятельности) принадлежат к интеллектуальному сообществу.

В регионах эксперты-интеллектуалы – это всегда небольшая группа людей, которые обладают способностями, и профессиональной компетентностью, проявляют социальную активность в сфере умственного труда и используют интеллект в качестве ресурса, как для обеспечения жизненного успеха, так и для решения социальных проблем. Им присущ специфический способ освоения социальной реальности, в основе которого лежит ее осмысление в форме понятийно-логических конструкций и использование полученных знаний для разработки и реализации научно-обоснованных концепций. Границы интеллектуального сообщества всегда размыты, поскольку включение в него или – напротив – исключение не предполагают формальных актов, опираются на взаимное признание или отказ в таком признании. Поскольку умственный труд не всегда носит интеллектуальный характер, он, сам по себе, не является основанием для отнесения человека к интеллектуальному сообществу. Более того, не всякий интеллектуал является экспертом, так как экспертная деятельность

предполагает приглашение к практической работе и добровольное (или вынужденное) включение в нее.

В рамках интеллектуального сообщества складывается интеллектуальная элита. От других элит она отличается тем, что, как уже отмечалось, опирается на интеллектуальные ресурсы (то есть на свою способность к рационально-логическому мышлению). Способность к нему является главным условием вхождения в интеллектуальное сообщество. Это, кстати, предопределяет ограниченность ее перспективы превращения в наследственную. Правда, в последнее время часть представителей интеллектуальной элиты использует формальные механизмы передачи своего символического капитала детям и внукам, не обладающим необходимыми способностями (например, путем подготовки и защиты заказных диссертаций). Однако данный процесс следует рассматривать как имитацию естественного генезиса элиты. Его имитационный характер довольно очевиден для «автохтонных» интеллектуалов. Да и внешнее окружение со временем обнаруживает имитацию, когда «псевдоинтеллектуалы» оказываются неспособными выполнить заказы на разработку креативных проектов. Проблема, правда, заключается в том, что в обществе симулякров эта идентификация довольно часто не ведет к публичной дискредитации имитаторов интеллектуальной активности.

Интеллектуальная деятельность укладывается в строгие организационные рамки, не предусматривает выстраивания сложных иерархических систем. Она предполагает самоорганизацию и саморегулирование. Эксперты-интеллектуалы дорожат самостоятельностью и свободой. И несмотря на то, что со стороны власти обычно предпринимаются попытки внешнего регулирования их деятельности, они заканчиваются, как правило, формированием «околобюрократического псевдоинтеллектуального окружения», имеющего – опять-таки – имитационный характер. В рамках этого окружения интеллектуальный процесс деформируется и деградирует. Однако представителям этого окружения за счет преимущественно межличностных связей нередко довольно долго удается поддерживать мнимую высокую репутацию. В этом им способствуют полученные любыми доступными путями символические свидетельства своей состоятельности (награды, звания).

Поскольку эксперт-интеллектуал обычно ориентирован сам на себя, это далеко не всегда является позитивной чертой. Во многих случаях сопротивление внешней регламентации стимулирует безответственность, недооценку дисциплины и самодисциплины. В ряде случаев для интеллектуалов типично гипертрофированное представление о своей значимости, что мешает понять и принять требования, обусловленные ситуацией и вполне логично транслируемые чиновниками.

Неоднозначные субкультурные особенности присущи и представителям государственной чиновничьей корпорации. К ним относятся:

- установка на сознательное упрощение (примитивизацию) социальных явлений и процессов. Она детерминирована тем обстоятельством, что бюрократическое управление изначально базируется на системе предельно унифицированных практик. Оно всегда алгоритмически выстроено, что одновременно является и сильной и слабой стороной бюрократической системы. Преимущество в данном случае определяется тем, что стандартизация и регламентация позволяют технологизировать управленческий процесс. Вместе с тем они влекут за собой увеличение документооборота, независимо от того, какие носители для этого используются. Соответственно изменяются требования к профессиональной компетенции работников, и система оценки их деятельности: наиболее компетентным и успешным становится чаще всего тот, кто лучше других умеет соответствовать стандартам, оперировать потоком документов;

- деформированный корпоративизм. Сам по себе корпоративный характер административной среды представляет вполне естественный способ ее самоорганизации в современных условиях. Однако, наряду с позитивными следствиями (формирование эффективно действующих команд, повышение качества внутренних коммуникаций) он ведет и к негативным результатам. В частности, к подмене понятий, вследствие которой

групповой интерес наделяется атрибутами безусловности, высшей ценности. Маркером деформированного корпоративизма является группомыслие, представляющее собой состояние массового внутригруппового конформизма, обычно усиливающегося по мере сплочения коллектива с одновременным (иногда непреднамеренным) подавлением рефлексии и критики;

- имитационный характер социальных практик. Для ситуации, в которой постоянно функционирует чиновник, типично наличие комплекса «искушений», в центре которых находится возможность подмены реального действия и взаимодействия декларацией, демонстрацией или декорацией. Это «искушение» является прямым следствием того, что деятельность государственного служащего имеет формально-рациональные основания, а реальные результаты его труда оценить крайне трудно. В то же время контроль над ресурсами, с одной стороны, и владение знанием бюрократических технологий, с другой, создает широкие возможности для социальных мистификаций. Они становятся особенно привлекательными и доступными в информационном обществе и, скорее всего, станут еще более удобными в цифровом;

- адхократическое (от ad hoc – по случаю) отношение к социальной реальности. Безусловно, чиновник вынужден учитывать в своей деятельности перспективные цели общественного развития. Но эта проблема обычно остается на периферии его сознания, поскольку непосредственную ответственность он несет за качество решения текущих задач. Именно от этого зависит оценка результативности его работы. Перспективные цели остаются в зоне ответственности руководителей;

- преувеличенная символическая демаркация. Она заключается в жестком (и иногда демонстративном) разграничении статусов. Прежде всего, собственного статуса и статуса своих коллег, по отношению к основной массе населения. При этом сами статусы наделяются высокой символической ценностью, что, кстати, является фактором привлечения на государственную службу жаждущих самоутверждения соискателей. Демаркация имеет реальные практические следствия, облегчая обладателям высоких статусов льготное (по модели «зеленого коридора») решение жизненных проблем.

Однако нельзя не отметить, что государственным служащим в ходе взаимодействия с любыми внешними факторами присущ ряд позитивных качеств. Во-первых, их поведение, в отличие от многих экспертов-интеллектуалов вполне предсказуемо, поскольку жестко регламентируется нормативными документами (разумеется, если положения этих норм неукоснительно соблюдаются). Во-вторых, оно постоянно контролируется как за счет внутренних ресурсов системы, так и (особенно в последнее время) за счет внешних факторов (в частности, институтов гражданского общества). В-третьих, они, как правило, более ответственны, чем вторая сторона диалога (эксперты).

Таким образом, если рассматривать экспертов и государственных служащих как специфических коммуникантов, следует признать высокий уровень несовпадения субкультурных оснований для их взаимодействия. Это не значит, что субкультура одной из сторон «хуже», чем присущая другой. Сказанное лишь требует, чтобы эта специфика учитывалась, если мы намерены выявить барьеры, возникающие в ходе взаимодействия и ведущие к взаимному непониманию или недостаточно адекватному пониманию.

Проведенные наблюдения позволяют выделить среди этих барьеров следующие:

- дивергенция оценок, то есть их расхождение, возникающее, как правило, в ходе идентификации проблем, понимания их природы и способов решения. Для экспертного подхода наиболее типичным являются: а) готовность открыто признать наличие проблемы и сделать ее достоянием гласности; б) стремление рассматривать проблему не только как свидетельство недоработок тех или иных субъектов управления, но как следствие более общих процессов развития общества; в) акцент на необходимости применения широкого спектра социальных технологий, направленных на решение проблем (в последнее время они все чаще замыкаются на концепцию «мягкого управления») с привлечением институтов гражданского общества. Разумеется, эти позиции могут разделять не все эксперты, но, как

правило, они являются доминирующими и базируется на представлении о том, что любая проблема требует не только оперативных технических решений, но глубокой научной проработки. Формулировать эти требования экспертам удастся сравнительно легко, поскольку они обычно не связаны ограничениями ресурсного (в том числе и временного) характера. В свою очередь, для чиновников типичны: а) стремление не придавать гласности наличие проблемной ситуации, полагая, что фиксация ее в перспективе означает прямое или косвенное признание своих недоработок, либо недостаточной эффективности усилий коллег; б) намерение сводить источники проблем к чисто субъективным причинам (поиск «козла отпущения»); в) акцент на административных способах решения проблемы, воплощающегося в применении санкций;

- несовпадение интересов. Разумеется, в подходе к любой проблеме у экспертов и государственных служащих имеются общие «точки соприкосновения» интересов, связанные с пониманием необходимости развития региона, повышения качества жизни населения, обеспечения стабильности и безопасности. Эти интересы, как правило, публично декларируются и получают закрепление в нормативных актах, программах и проектах. Они представляют своего рода социальную конвенцию о намерениях, которую и призван легитимировать диалог интеллектуалов-экспертов и государственных служащих (при этом следует отметить, последним в данном случае трудно обойтись без первых, так как чиновник всегда действует в обстановке более или менее явно выраженного кризиса институционального доверия и, следовательно, дефицита легитимности), но «лукавая» реальность во всех случаях оставляет значительный простор для субъективной интерпретации общего интереса, его адаптации к корпоративным и личным интересам и – в конечном итоге – довольно частой подмены ими. В таком случае имеет место деформация интересов. При этом деформированный корпоративный интерес экспертов, как правило, связан с использованием ресурсов государственного управления для апробации своих теорий без учета последствий реализуемых в их рамках социальных экспериментов, личный – в получении грантов и заказов на проведение исследований и различных нематериальных поощрений. Деформированный интерес чиновничьей корпорации определяется сохранением своего статуса административно-управленческой элиты, обеспечивающего контроль над региональными ресурсами; личный – получением теневой ренты;

- различия в детерминантах «горизонтов мышления», под которыми понимается пределы осмысления и постановки стратегических задач развития региона. Эти «горизонты» определяются не столько индивидуальными особенностями субъекта (хотя данный фактор может играть довольно существенную роль), сколько характером внешних ограничений. В рассматриваемом контексте очевидно, что государственный служащий действует в условиях, существенно ограничивающих его свободу в постановке целей и принятии решений, направленных на их достижение. Он связан обстоятельствами ресурсного характера, формально-бюрократическими отношениями, требующими действий по заранее выстроенному алгоритму, обязательствами в отношении населения, руководства и своей корпорации. Высокий уровень внутренней несвободы делает чиновника крайне осторожным при оценке нововведений, которые нередко предлагают ему интеллектуалы. Эксперт значительно более свободен в своих проектах. Зачастую он не видит реальных ограничений, либо считает их несущественными. Будучи увлечен форсайт-идеями, он стремится включить в них окружающих, обеспечивая, прежде всего, поддержку со стороны лиц, принимающих решения. В случае, если увлеченный этими построениями руководитель, перестает учитывать социальную реальность, такой подход может привести к крайне негативным последствиям и, в итоге, породить кризис доверия к науке;

- асинхронность смыслов, заключающаяся в том, что одни и те же явления и процессы получают у экспертов и чиновников различную интерпретацию. Это обусловлено рядом обстоятельств. Прежде всего, характером профессиональной деятельности. Одни и те же процессы с неизбежностью будут по-разному восприниматься учеными и практиками. Если первые приносят в это восприятие элементы абстракции, оперируют

сложными категориями и понятиями, операционализация которых требует специального образования, то вторые подходят к реальности с чисто прагматических позиций. Для экспертов и чиновников характерна специфическая рефлексия. Интеллектуалы-эксперты наиболее склонны при оценке собственного познавательно-практического опыта опираться на неформальные авторитеты, мнения ученых и общественных деятелей. Рефлексия государственных служащих ориентирована на авторитеты формальные, прежде всего, на своих руководителей, лояльность к которым является безусловным требованием бюрократической системы. Прагматический подход чиновников нередко побуждает их усматривать за любыми действиями или бездействиями исключительно корыстный смысл инициаторов, что не всегда имеет место даже в современном обществе тотального потребления. Напротив, интеллектуалы-эксперты иногда необоснованно идеализируют систему управления, наделяя ее несвойственными ценностями и смыслами;

- неадекватность взаимных образов. Она выражается в том, что участники взаимодействия имеют искаженное представление об интересах, целях и мотивах контрагентов. Для экспертов нередко типично восприятие чиновников исключительно как коррумпированных бюрократов, мотивированных личной выгодой. Для государственных служащих – представление об экспертах как далеких от жизни идеалистах, чьи проекты лишь создают дополнительные трудности в процессе управления, либо как о мошенниках, стремящихся свои корыстные намерения удовлетворить за государственный счет.

Комплекс выявленных нами барьеров, разумеется, не исчерпывает всего спектра трудностей, возникающих в ходе взаимодействия экспертов и государственных служащих. Однако это не значит, что они создают непреодолимые препятствия для успешного сотрудничества. Любые барьеры могут быть минимизированы и даже полностью преодолены при условии, что у сторон имеется воля к совместному решению региональных проблем. В основе этой воли может лежать лишь общее представление о необходимости консолидации сил регионального сообщества как необходимого условия стабилизации его развития и обеспечения конкурентоспособности в глобализирующемся обществе. Это подтверждает успешный опыт реализации совместных региональных проектов в Белгородской области.

Литература

1. Барабашев А.Г. Кризис государственного управления и его влияние на основные административные парадигмы государства и бюрократии // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2016. - №3. – С. 193 – 194.

2. Захаров В.М., Никонова О.В. На пути к «антрепренерскому» государству // Управление в XXI веке: сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции (НИУ «БелГУ», 1 ноября 2017 года) отв. Ред. В.М. Захаров. – Белгород: ИД «Белгород НИУ БелГУ», 2017. С. 204 – 208.

3. Иванов Д. Социально-политические аспекты взаимосвязи развития политической коммуникации и формирования гражданской культуры общества // Власть. 2012. № 5. С. 57 – 59.

4. Программа улучшения качества жизни населения Белгородской области. Белгород: Без из-два, 2003. 110 с.

5. Стратегия «Формирование регионального солидарного общества на 2011 - 2025 годы.» Белгород: Без изд-ва, 2011. 80 с.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ЗДОРОВЬЯ НАСЕЛЕНИЯ

С.А. Вангородская

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»*

Л.В. Колпина

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»*

Аннотация. В статье предпринят анализ институциональных условий формирования социального здоровья населения, в качестве которых рассматриваются нормативно-правовой и социоструктурный компоненты. Указано, что основной акцент в деятельности государства по формированию социального здоровья населения переносится в последние годы на разработку и реализацию комплексных программ профилактики. Отмечена большая роль местных сообществ в формировании действенных механизмов социального здоровья населения. Сделан вывод о том, что институциональные полномочия, которыми обладают органы власти муниципального, регионального и федерального уровней в современной России, предоставляют широкие возможности для актуализации потенциала властных структур в формировании социального здоровья населения.

Ключевые слова: социальное здоровье, система здравоохранения, профилактика заболеваний, здоровый образ жизни, региональные программы, местное сообщество.

Важность принятия и реализации программ по формированию социального здоровья населения, популяризации здорового образа жизни постоянно подчёркивается на самом высоком уровне. Так, выступая на заседании Совета по стратегическому развитию и приоритетным проектам 21 марта 2017 года, Президент РФ В.В. Путин отметил: «...За последние годы в сфере здравоохранения нам удалось добиться существенных изменений к лучшему... чтобы ситуация и дальше развивалась в нужном нам ключе, предстоит создать действительно современную систему здравоохранения... Важно не только качество лечения, но и профилактика заболевания, популяризация здорового образа жизни. Здесь также нужно продолжать активную работу» [2].

Исходя из этого, основной акцент в деятельности государства по формированию социального здоровья населения переносится в последние годы на разработку и реализацию комплексных программ профилактики (Программа «Здоровье здоровых», национальный проект «Здоровье» и т. д.), направленных на улучшение показателей здоровья населения посредством сокращения потребления алкоголя и табака, популяризации занятий физической культурой и спортом и т. д.

26 декабря 2017 года постановлением Правительства РФ № 1640 была утверждена государственная программа «Развитие здравоохранения» со сроками реализации с 2018 по 2025 годы.

В качестве одного из десяти направлений программной части предполагается реализация подпрограммы «Совершенствование оказания медицинской помощи, включая профилактику заболеваний и формирование здорового образа жизни», а к числу одного из приоритетных в проектной части госпрограммы отнесен проект «Формирование здорового образа жизни («Укрепление общественного здоровья»)». Основной целью реализации проекта является увеличение доли граждан, приверженных здоровому образу жизни, к 2020 году до 50 %, а к 2025 году – до 60 % «путем формирования у граждан ответственного отношения к своему здоровью» [4].

В состав государственной программы включены правила предоставления и распределения субсидий из федерального бюджета в адрес субъектов Федерации. Общий объём финансирования реализации госпрограммы составляет 34,9 трлн. рублей, в том

числе, за счёт средств федерального бюджета – 2,7 трлн. рублей, средств ФОМС – 19 трлн. рублей, средств Фонда социального страхования – 0,1 трлн. рублей.

При этом, на мотивацию населения к здоровому образу жизни, правильному питанию и отказу от вредных привычек предполагается направить 2,8 млрд. руб.

В рамках реализации программ по формированию социального здоровья населения России на официальном сайте Министерства здравоохранения Российской Федерации создан портал о здоровом образе жизни «Здоровая Россия», а также работает круглосуточный бесплатный анонимный телефон доверия и психологической помощи для детей, подростков и их родителей.

Много делается для реализации федеральных программ и на уровне регионов. Региональными властными структурами прикладываются усилия для повышения доступности медицинской помощи для населения, обеспечения её качества. Во всех регионах РФ реализуются программы, направленные на снижение показателей смертности от основных классов причин смерти посредством реализации комплекса мер, направленных на усиление отдельных составляющих в деятельности региональных учреждений здравоохранения. На основе ежегодных статистических данных население регионов информируется о возможности распространения социально значимых заболеваний и заболеваний, представляющих опасность для окружающих.

Проводится активная политика региональных систем здравоохранения с целью обеспечения скоординированной деятельности учреждений здравоохранения, а также управленческих и бизнес-структур регионального и муниципального уровней. Так, в конце 2015 года в рамках Ассоциации межрегионального социально-экономического взаимодействия ЦФО был создан координационный совет по охране здоровья [3]. В состав совета вошли 24 представителя субъектов ЦФО, 39 экспертов Министерства здравоохранения Российской Федерации, представители общественных организаций, научной сферы, федеральных органов исполнительной власти в области охраны здоровья, бизнес-сообщества.

Совет по охране здоровья выполняет функции обеспечения координации деятельности и реализации государственной политики в сфере здравоохранения: органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, коммерческих и некоммерческих предприятий, организаций и объединений в области здравоохранения, общественных объединений и организаций данной отрасли, находящихся в пределах ЦФО для решения наиболее острых проблем отрасли и для повышения качества услуг представляемых в области здравоохранения населению Центрального федерального округа.

Большая роль в формировании действенных механизмов социального здоровья населения принадлежит местным сообществам, что признается на самом высоком уровне. Так, отчитываясь о деятельности Министерства здравоохранения за 2017 год, В. Скворцова в качестве одной из приоритетных задач министерства назвала «формирование единой системы общественного здоровья, включающей эпидемиологический мониторинг, анализ факторов риска, нормативное регулирование, мотивирование граждан к здоровому образу жизни, активное вовлечение работодателей и гражданского общества в оздоровление населения» [5].

Как показали результаты теоретического и эмпирического исследования, осуществленного в рамках гранта РФФИ (проект № №16-03-00203 – ОГН), высокий потенциал местных сообществ в формировании социального здоровья населения обусловлен тесным взаимодействием местных органов власти с разнообразными общественными структурами и инициативными группами в решении этой задачи. В числе таких структур – управления социальной защиты населения и подведомственные им учреждения, управления по физической культуре и спорту, советы территорий, территориальное общественное самоуправление, которые решают эти задачи в тесном сотрудничестве друг с другом, используя в качестве базы для такой работы образовательные, культурные заведения, центры социального обслуживания.

Работа ведется в самых разнообразных направлениях: культурная, спортивная, образовательная, общественная, волонтерская, физкультурно-оздоровительная. Для решения задач обеспечения условий для популяризации здорового жизни привлекаются также ресурсы частного сектора экономики.

Огромная роль в актуализации потенциала местных сообществ в формировании социального здоровья населения принадлежит советам территорий и территориальному общественному самоуправлению, с помощью которых реализуются и городские мероприятия соответствующей направленности, и инициативы населения конкретной территории.

Среди проблем, препятствующих активизации потенциала местных сообществ в формировании социального здоровья населения, можно выделить: недостаточное информационное и методическое сопровождение такой работы, дефицит финансовой поддержки общественных инициатив, не вполне эффективная организация взаимодействия между органами МСУ и общественными структурами, инициативными группами и людьми, отсутствие в этой связи внятной социальной политики, не скоординированность действий различных структур МСУ.

Проблема недофинансирования является особенно актуальной, поскольку именно от ресурсного (и, прежде всего, финансового) обеспечения в значительной степени зависит эффективность реализации мероприятий, организуемых на территории местных сообществ и направленных на сохранение и укрепление здоровья населения. Так, согласно рекомендациям Всемирной организации здравоохранения, только при условии финансирования профилактической деятельности из расчета не менее 5-7 рублей на одного жителя территории можно сформировать в общественном сознании установки на самосохранительное поведение. При этом, по оценкам экспертов, ни в одном из регионов РФ (не исключая ЦФО), этот показатель в последние годы не достигал указанного уровня, а в ряде российских регионов «выделение средств на целевые профилактические программы проводилось на критически низком уровне либо вообще не проводилось» [6, с. 940].

Необходимо отметить, что потенциал местных сообществ в формировании социального здоровья населения заложен:

- в оптимизации взаимодействия субъектов местных сообществ путем проведения более четкой социальной политики в этом отношении, усиления скоординированности действий структур и подразделений местных органов власти, а также с общественными инициативами;
- в расширении практик межличностного взаимодействия и индивидуализации в работе с представителями различных возрастных групп;
- в более активном их привлечении населения к разработке и реализации местных программ;
- в усилении информационно-просветительской и даже «агитационной» работы, направленной на социальную активизацию как населения, так и местных инициатив соответствующей направленности;
- в ориентации территориального общественного самоуправления на специализированную работу с различными категориями населения;
- в организации методического и информационного сопровождения деятельности территориального общественного самоуправления, советов территорий, а также инициативных групп, обществ, ассоциаций, работающих с отдельными категориями населения, обеспечении условий для обмена опытом организации общественно-полезной работы, его мультипликации;
- в мероприятиях, направленных на преодоление взаимного недоверия между местными органами власти и общественными объединениями, инициативными группами, населением;
- в обеспечении материально-финансовой и информационной поддержки инициатив населения, повышении качества информационного сопровождения мероприятий, связанных с формированием социального здоровья населения.

Таким образом, на основании проведенного анализа можно сделать вывод о том, что в России созданы институциональные условия для формирования действенных механизмов оздоровления нации. Институциональные полномочия, которыми обладают органы власти муниципального, регионального и федерального уровней в современной России, предоставляют широкие возможности для актуализации потенциала властных структур в формировании социального здоровья населения.

Между тем, существует ряд проблем, препятствующих полноценной актуализации этого потенциала. На муниципальном уровне эти проблемы связаны, в первую очередь, с отсутствием соответствующей социальной политики, слабой скоординированностью деятельности субъектов (в том числе, и самих органов власти), реализующих такую работу, с недостаточностью ее информационной и методической поддержки.

На региональном и федеральном уровнях проблемы, в значительной степени, связаны с отсутствием современных стандартов управления сферой здравоохранения; несформированностью эффективных механизмов взаимодействия органов власти всех уровней с бизнес-сообществом; недостаточным ресурсным и кадровым обеспечением реализации профилактических мероприятий; необходимостью обновления и совершенствования технологической базы отрасли; отсутствием детально отработанной системы информационного сопровождения проектов в сфере укрепления здоровья населения, а также недостаточной готовностью (в том числе, психологической) субъектов системы, к переориентированию медицины с лечебного на лечебно-профилактическое направление.

В этих условиях, только четкое понимание ролей, прав, обязанностей и механизмов взаимодействия субъектов местного сообщества, региональных и федеральных структур может стать предпосылкой для создания действенных механизмов формирования социального здоровья населения отдельных муниципальных образований, регионов и страны, в целом.

Литература

1. Исследование выполнено в рамках государственного задания НИУ «БелГУ» на 2017 год, проект № 28.7195.2017/БЧ «Риски и тренды самосохранительного поведения населения центральных регионов Российской Федерации».

2. Заседание Совета по стратегическому развитию и приоритетным проектам, 21 марта 2017 г. [Электронный ресурс] // Администрация Президента России: офиц. сайт. Москва, 2018. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/54079> (дата обращения: 12.09.2018).

3. Координационный совет по охране здоровья [Электронный ресурс] // Ассоциация межрегионального социально-экономического взаимодействия «Центральный Федеральный Округ» : сайт. Москва, 2018. URL: <http://association-cfo.ru/koordinatsionnyj-sovet-po-ohrane-zdorovya> (дата обращения: 12.09.2018).

4. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие здравоохранения» : постановление Правительства РФ от 26.12.2017 № 1640 [Электронный ресурс] // Правительство Российской Федерации : офиц. сайт. Москва, 2018. URL: <http://static.government.ru/media/files/hJb4XgcAxhafiBW27EyseBZmtCra0RH.pdf> (дата обращения: 23.09.2018).

5. Отчет Министра здравоохранения В. Скворцовой за 2017 г. [Электронный ресурс] // Sarmedinfo: информационный портал. Саратов, 2018. URL: <http://sarmedinfo.ru/mednews/2018/04/11/otchet-ministr/> (дата обращения: 12.09.2018).

6. Стародубов, В.И. Совершенствование деятельности центров здоровья / В.И. Стародубов, Н.П. Соболева, Е.Д. Савченко // Казанский медицинский журнал. 2016. Т.97, № 6. С. 939-944.

МОДЕРНИЗАЦИЯ ПУБЛИЧНОГО ПРОСТРАНСТВА ПОСРЕДСТВОМ ТЕХНОЛОГИИ ТАКТИЧЕСКОГО УРБАНИЗМА

А.В. Гамурак

*начальник управления дорожной инфраструктуры и транспорта
департамента строительства и транспорта Белгородской области*

Устраивает ли вас качество жизни в родном городе? Достаточно ли в нём жизненной энергии для того, чтобы вы чувствовали себя комфортно? Ответ на эти не сложные, на первый взгляд, вопросы могут послужить индикатором вашего участия (или неучастия) в создании собственной среды обитания. А именно городское пространство становится для нас основной окружающей средой, своего рода второй природой, которая «влияет не только на ежедневное поведение и мироощущение граждан, но и на фундаментальные процессы становления гражданского общества». [1, с.10].

Примечательно, что процесс формирования городской архитектурной среды практически бесконечен. Как справедливо подметила Саския Бир – автор TransformCity, первой в мире онлайн платформы, которая дала возможность горожанам объединяться для реализации совместных проектов, «город можно считать в любой момент законченным, и в то же время никогда незаконченным. Всегда есть место для чего-то ещё» [4].

Архитектура как один из главенствующих, системообразующих элементов материальной среды жизнедеятельности человека сохраняет в себе баланс стабильного и изменяемого. И с точки зрения тактического урбанизма – это хороший импульс к развитию на принципах устойчивости.

Сфокусировав своё внимание на проблематике модернизации общественных пространств посредством методов тактического урбанизма, мы исследуем возможности взаимодействия государства и его граждан в формировании (или реконструкции) общественных пространств. В большей степени нас интересует не стихийное изменение пространства самими горожанами и так называемые «партизанские методы» (хотя и это направление сохраняет свою привлекательность для дальнейших исследований), а более масштабный вариант тактического урбанизма, где есть место активному взаимовыгодному сотрудничеству муниципалитетов и региональной власти с общественностью и бизнесом.

Конечно, поиск по-настоящему эффективных механизмов взаимодействия общества, бизнеса и государства зависит от многих условий и факторов, однако так или иначе предопределяется триединством социального, экономического и экологического компонентов устойчивого развития территорий.

В своей работе мы исходим из определения понятия городской среды обитания (проживания), сформулированного Российским союзом инженеров, Министерством регионального развития РФ и Федеральным агентством по строительству и ЖКХ РФ в ходе выполнения поручений Президента РФ № Пр-534 от 29 февраля 2012 г. Она в данном случае определяется как совокупность «конкретных основополагающих условий, созданных человеком и природой в границах населенного пункта, которые оказывают влияние на уровень и качество жизнедеятельности человека». В свою очередь, понятие «городская среда обитания (проживания)» можно признать базовым для двух других:

- качество городской среды проживания (обитания) – способность городской среды удовлетворять объективные потребности и запросы жителей города в соответствии нормами и стандартами жизнедеятельности, призванными обеспечивать права граждан на благоприятную среду жизнедеятельности;

- оценка качества городской среды обитания – определение количественного значения качественных показателей (индикаторов) городской среды проживания, способного обеспечить сравнение с установленными критериями. Международный опыт показывает, что оценивать качество городской среды можно различными способами, с

использованием различных методик, в основе которых лежат разные подходы к трактовке понятия «городская среда». Вместе с тем общей чертой большинства таких методик является использование в разных комбинациях более или менее постоянного набора показателей (индикаторов) (как объективно измеряемых, так и субъективно оцениваемых), характеризующих такие сферы городской жизни, как транспортная связность, жилищные условия, доступность услуг, экологическая обстановка, благоустройство, безопасность и ощущение комфорта городской среды жителями [12].

Отметим, что еще сравнительно недавно в России не было четко сформулированных требований к организации современного городского пространства, в том числе к вопросам вовлечения в этот процесс граждан. Существовавшие программы благоустройства носили точечный и несистемный характер, «не имеют критериев оценки эффективности и даже минимальных параметров необходимых работ» [5, с.31].

Приоритетный проект «Формирование комфортной городской среды», который стартовал в 2017 году при поддержке Минстроя РФ, определил курс на создание условий для системного повышения качества и комфорта городской среды на всей территории России. Он предусматривает ежегодную реализацию (в период с 2017 по 2020 годы) комплекса первоочередных мероприятий по формированию современной комфортной городской среды во всех субъектах Российской Федерации. Более того, ломает стереотип, согласно которому, утверждение планировочных идей и градостроительных концепций проходит на общерегиональном и федеральном уровнях, оставляя горожан на периферии процесса принятия решений. Проектом не просто декларируется участие граждан в реализации мероприятий по созданию комфортной городской среды, в том числе в проектах благоустройства территории муниципального образования, но и предусматривается оценка степени привлечения граждан и общественных организаций.

Цель вышеназванного проекта сделать российские города уютнее, красивее и удобнее для жизни. И коль скоро городская среда обитания формирует отношение человека к городу и системе управления в нем, следует самым серьезным образом проанализировать все механизмы взаимодействия участников процесса трансформации общественных пространств. По мнению основателя международной ассоциации средовых исследований и социально-ориентированного проектирования, эксперта в области соучаствующего проектирования Генри Саноффа, именно «наш коллективный поиск жизни в гармонии друг с другом и с нашим социальным, экономическим и экологическим окружением является путем к устойчивому развитию» [3, с.12].

Итак, с одной стороны, есть власть, имеющая стратегию и программы развития территории, финансовые и иные возможности, с другой стороны, появились потенциальные инвесторы. Добавим к этому институт архитекторов, инженеров и проектировщиков, а также самих горожан, располагающих определенным багажом знаний и пониманием особенностей того общественного пространства, которое предстоит заново отстроить/реконструировать/переформатировать. Что должно быть движущей силой такого сотрудничества? Опираясь на имеющийся опыт, можно утверждать: принцип активного соучастия. Ни утвержденная на всех уровнях программа, ни готовый проект или архитектурно-художественная концепция, выполненная лучшими дизайнерами, ни инвестор, готовый оплатить предстоящие трансформации, не смогут обеспечить чувство комфорта и безопасности жителям территории, подлежащей перепланированию, без их участия. В этом смысле «большие города – это гигантские лаборатории проб и ошибок, успехов и неудач в градостроительстве и архитектуре» [2, с. 4]. В этих лабораториях городского проектирования есть возможности для анализа причин неожиданных успехов или неудач какого-то проекта. Важным инструментом такого анализа и поиска оптимальных решений выступает участие общественности или соучаствующее проектирование (термин Генри Саноффа). Оно составляет альтернативу планирования и проектирования «сверху вниз». К такому пониманию приходим сегодня и мы, увидев результаты проведенных воркшопов, мастер-классов, опросов и общественных

обсуждений по созданию велотранспортной инфраструктуры, реконструкции ряда общественных пространств и улиц.

Чувство гражданской ответственности и желание брать ответственность на себя в плане принятия решений, важных для создания комфортной среды обитания уже само по себе является мощной мобилизующей силой. Имея возможность повлиять на принятие того или иного решения, касающегося изменений городской среды, люди становятся более ответственными. «Наибольшую же общественную значимость имеют те проекты, приводящие к изменениям в физической окружающей среде, очевидным и непосредственным образом влияющие на жизнь граждан» [3, с.7].

Таким образом, необходимо соблюсти баланс интересов всех сторон – участников процесса, чтобы в последующем избежать негатива и конфликтных ситуаций. И мировой опыт убедительно демонстрирует, что это возможно. «Примеры наглядно показывают, вовлечение в процесс проектирования жителей, местных сообществ и городских активистов может быть полезно для понимания проблем и потребностей, а совместное принятие проектных решений помогает разрешать конфликты. В конце концов, решения инвесторов, архитекторов и урбанистов непосредственно влияют на жизнь граждан, так что их участие в выборе своей судьбы логично и даже способно, с убежден Санофф, – повысить эффективность проекта. действует как в больших, так и малых городах» [13].

Представляется показательным опыт открытого форума по ландшафтной архитектуре и средовому дизайну «Зеленая столица», который второй год подряд проводится в Белгороде департаментом строительства и транспорта Белгородской области при активной поддержке Губернатора и Правительства региона. На несколько дней он переформатирует привычное горожанам пространство, значительно расширяя возможности его социокультурного разнообразия и многократно повышая его привлекательность.

Для реализации проекта «Зеленая столица» – 2018 был выбран парк Победы, расположенный в историческом центре города воинской славы Белгорода.

Шаг за шагом отработывая формат форума, мы отталкивались от таких важных, на наш взгляд, составляющих гражданского соучастия, как чувство принадлежности и гордости за свой город, способность к взаимодействию, кооперации и достижению консенсуса. Форум посвятили паркам и общественным пространствам, культуре городской среды и развитию велотранспортной инфраструктуры. На Зелёной столице демонстрировались проекты, как созданные профессиональными ландшафтными дизайнерами и урбанистами, так и любителями. Ярким дополнением выставочной части форума стали работы детей и детских коллективов. Заявленные конкурсные номинации (выставочный сад на тему Победы, велоинсталляция, детский ландшафтный проект и спецтема для мини-садов: «Сирень Победы») привлекли значительное количество горожан и жителей Белгородской области, открыв для участников широкие возможности творческой активности и самореализации.

Новые акценты, которые удалось воплотить благодаря колоссальной проработке темы, воспринимаются горожанами с большим интересом: они удивили публику, заставляя по-новому взглянуть на, казалось бы, такие знакомые территории. По окончании мероприятия перед зданием городского художественного музея остался выставочный сад-цветник «Аметистовые переливы» британского ландшафтного дизайнера Каспиана Робертса; на реке Везелке – плавающие сады; в центре парка – композиция «Белгород – город первого салюта», посвященная теме преемственности и связи поколений; рядом с фонтаном – сенсорный сад. Облик привычного парка дополнился яркими цветниками и малыми архитектурными формами, что по достоинству оценили горожане.

К работе форума были привлечены различные организации, структуры власти, а также сфера торговли, что представляется идеальным вариантом для тех городских предпринимателей, которые не имеют возможности создать собственные стационарные торговые точки в черте города. Минимальный размер стартовых инвестиций и шанс

проверить идею собственного бизнеса на практике привлек многих бизнесменов и полученным опытом они остались довольны.

С точки зрения коммуникативной составляющей, выбранная на время проведения форума площадка стала местом делового и живого общения, генератором активного социального взаимодействия. Зона для обмена опытом специалистов по ландшафтному дизайну превратилось в успешное и привлекательное в глазах посетителей, гостей и участников форума пространство, где можно общаться на профессиональные темы, учиться чему-то новому и интересному, слушать музыкантов, назначать встречу с любимым человеком, да и просто прогуляться с ребенком. То есть, одновременно это и территория общения, и зона комфорта, и место работы (переговоров/торговли), и экспозиционное пространство.

Такое кратковременное преобразование территории известного парка послужило хорошим импульсом не только для творческого взаимодействия людей разных социальных статусов и возрастных категорий, но и импульсом развитию здорового гражданского общества в конечном итоге. Делая городскую среду интересной, необычной, комфортной для горожан, можно повысить эстетическую значимость пространств [8, с. 48]. Кроме того, как справедливо отметил чилийский архитектор Алехандро Аравена: чем больше в городе парков и других притягательных общественных пространств, куда человек может попасть бесплатно, не покупая входной билет, «тем лучше город и тем выше качество жизни» [9].

Отметим, что Белгородская область не первый год относится к субъектам Российской Федерации с высоким качеством жизни; здесь успешно реализуются региональные программы комплексного благоустройства и озеленения придорожных территорий, создается качественная городская среда и т. д. Использование же методов тактического урбанизма позволяет преобразовывать пространство не кардинальным образом, а в так называемом тестовом режиме продемонстрировать людям новые реалии, получить обратную связь, понять, что принято, что понравилось, а что оказалось не слишком удачным решением. Предложенные в рамках форума «Зеленая столица» варианты оказались в абсолютном большинстве своем эффективными (высокие оценки экспертов, довольны участники и жители города, успешно отработал бизнес, налажена четкая обратная связь, понятны перспективы дальнейшего развития). Форум послужил инструментом изменения городского пространства и качества среды обитания, помог процессу формирования нового облика (сознания) жителя города, равнодушного к позитивным преобразованиям окружающего пространства.

Как отмечал Валерий Нефедов, доктор архитектуры, профессор, заслуженный работник высшей школы Российской Федерации, член Союза архитекторов РФ, автор книг «Городской ландшафтный дизайн» и «Ландшафтный дизайн и устойчивость среды»: «В наполнении архитектурной среды новыми «зелеными» технологиями с художественной интерпретацией заключен немалый ресурс для преобразования наших городов» [10].

Добавим, что к ресурсу преобразования городов жизненно необходимо подключить потенциал взаимодействия населения и власти, бизнеса и профессионалов в области архитектуры и ландшафтного дизайна. Человеческая заинтересованность в изменениях, касающихся его среды обитания, социальные ресурсы также важны, как и правительственная инициатива. Именно человеческая энергия и гражданская активность, видение перспективы и желание приобрести новый смысл жизни, прочувствовать новые акценты, должны стать главными драйверами сотрудничества государства и граждан.

Тактический урбанизм дает возможность сформировать общественный запрос на изменение пространства и найти поддержку у бизнеса и власти. А результаты эксперимента могут послужить стартом для новых программ регионального уровня.

Литература

1. Котлярова, Е.В., Дворников, Ю.Я. Принципы проектирования городской архитектурной среды : учебное пособие. – Ростов н/Д: Рост. гос. строит. ун-т, 2014. – 93 с.
2. Джекобс, Джейн Смерть и жизнь больших американских городов [Электронный ресурс]. URL : <http://online-knigi.com/page/223644?page=18> (дата обращения: 19.10.2018).
3. Санофф, Генри. Соучаствующее проектирование. Практики общественного участия в формировании среды больших и малых городов/Генри Санофф; пер.с англ.; [ред.: Н.Снигирева, Д. Смирнов]. – Вологда: Проектная группа 8, 2015. – 170 с.
4. Интервью с Саскией Бир: Архитектор, которая отобрала работу у девелоперов: «Жители даже не представляют, что у них есть право на мнение» [Электронный ресурс]. URL: <https://archspeech.com/article/arhitekto-kotoraya-otobrala-rabotu-u-developerov-zhiteli-dazhe-ne-predstavlyayut-cto-u-nih-est-pravo-na-mnenie> (дата обращения: 19.10.2018).
5. Паспорт приоритетного проекта «Формирование комфортной городской среды» : утвержден президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам (протокол от 18 апреля 2017 года № 5) . – 96 с.
6. Проект Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/zakonoprojects/kozak.htm> (дата обращения: 19.09.2013).
7. Тактический урбанизм: как менять город быстро / Стрелка. 2015 [Электронный ресурс] <http://urbanurban.ru/blog/space/287/Bolee-luchshiy-kvartal> (дата обращения: 15.08.2018).
8. Витюк, Е.Ю. Городская среда как арт-объект / Вестник ТГАСУ. №364. 2012.
9. Интернет-издание об архитектуре, градостроительстве и дизайне Arch:speech. Алехандро Аравена: «Главным инструментом изменения будущего городов остаются люди» [Электронный ресурс] – <https://archspeech.com/article/alejandro-aravena-glavnym-instrumentom-izmeneniya-budushhego-gorodov-ostayutsya-lyudi> Дата обращения: 15.08.2018.
10. Нефедов, В. А. Community art: среда культурного диалога / Зеленый город. 2014 [Электронный ресурс] – <http://green-city.ru/community-art-sreda-kulturnogo-dialoga/> (дата обращения: 15.08.2018).
11. Тетиор, А.Н. Городская экология: учебное пособие, 3-е издание, стереотипное. М.: Изд. центр «Академия», 2008.
12. Приказ Министерства регионального развития РФ от 9 сентября 2013 г. № 371 «Об утверждении методики оценки качества городской среды проживания» [Электронный ресурс] – <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70392056/#ixzz5USzV7Nbh> (дата обращения 10.10.2018).
13. Павликова, А. Три принципа проектирования с соучастием [Электронный ресурс]. URL: <https://archi.ru/russia/67941/kniga-genri-sanoffa-souchastvuyushee-proektirovanie> (дата обращения: 18.10.2018).

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЛОББИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

И.И. Гуляев,

кандидат философских наук,

доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»

Аннотация. В статье освещены особенности организационного и правового закрепления и регулирования лоббистской деятельности как конвенционального механизма антикоррупционной деятельности.

Ключевые слова: лоббизм, коррупция, антикоррупционные технологии, группы давления, антикоррупционная политика.

О необходимости правового обеспечения лоббистской деятельности в российском законодательстве говорится давно и на самом высоком уровне. Главным аргументом принятия закона о лоббистской деятельности является необходимость включения в правовое поле разрешенных, конвенциональных методов давления на государственные и иные органы власти. Так сложилось, что лоббизм как явление в общественном мнении ассоциируется с латентной, не совсем легальной, а порой незаконной деятельностью.

Таким образом, взаимодействие институтов гражданского общества и органов государственной и муниципальной власти в нормативном закреплении лоббизма является необходимостью легитимации данного явления.

Лоббизм явление объективное, оно существует там, где есть власть, которая принимает решения в различных сферах общественной жизни, политической, экономической, социальной, военной и др. Процесс лоббирования в современном мире остановить невозможно, особенно в экономической сфере. Это явление необходимо принять как объективную реальность современного взаимодействия власти и бизнеса и не только. Давление на власть существует во всех государствах мира. Разница в том, что в некоторых странах это закреплено законодательно, а в некоторых нет. В Российской Федерации нет правового регулирования лоббистской деятельности, что создает большие трудности в рамках обеспечения антикоррупционной политики государства. Для изучения данного явления и возможности имплементации некоторых положений в российское законодательство и правоприменительную практику проведен сравнительный анализ мирового опыта внедрения в правовое поле норм включающих лоббистскую деятельность.

В современном российском политико-правовом дискурсе сложилось две позиции относительно включения лоббистской деятельности в законодательство. Сторонники первой позиции утверждают, что лоббизм как явление латентное всегда существовал, и будет существовать как коррупционная составляющая взаимодействия бизнеса и власти. Включение антилоббистского закона в правовую систему страны не даст положительного эффекта в борьбе с коррупцией, настоящие лоббисты все равно останутся в тени, а нормы закона только предоставят им возможность легального оформления своей деятельности.

Вторая позиция заключается в том, что ее сторонники выступают за прозрачность и открытость всех отношений бизнеса и власти. За то, чтобы структуры, занимающиеся подобной деятельностью, официально регистрировались, открыто показывали свою работу и тем самым общество, правоохранители, государство и муниципальные органы могли это видеть. Прозрачность этой деятельности дает возможность заинтересованным структурам видеть, кто конкретно занимается каким-либо видом давления и принимать соответствующие меры.

Сторонники первой позиции утверждают, что принятие данного закона не даст когонибудь положительного эффекта, так как спрячет коррупцию в еще большую тень, сторонники второй позиции считают, что транспарентность значительно увеличит возможности государства в антикоррупционной деятельности.

Чтобы определить специфику использования лоббистской деятельности в российской практике взаимодействия бизнеса и власти необходимо детализировать само понятие «лоббизм». Развернутое определение лоббизму дает Чащихин Б.А. Лоббизмом называется многоплановое взаимодействие (участие) граждан, групп граждан, общественных объединений, организаций, предприятий и отдельных лиц, других субъектов правоотношений с органами государственной власти с целью оказания влияния на принятие необходимых им (доверителям) единичных решений (законодательных актов, административных, политических и иных официальных решений) и (или) для постоянного отстаивания своих интересов (или интересов доверителей). Если в стране сильное правительство, то вся стратегия и тактика лоббизма направлена на правительство. Если сильны партии, то именно партии становятся мишенью и целью интриг групп давления. Если в стране большую роль играет общественное мнение, то вся игра строится на манипуляции такими понятиями, как «справедливость», «правосудие» и др. [1]

Данное определение рассматривает лоббизм как конвенционально принятое, объективно существующее явление спецификой которого является его направленность на те, или иные государственные органы власти. Однако в современном российском обществе лоббизм напрямую ассоциируется с коррупцией, точнее с подкупом должностных лиц и взяточничеством. Стереотипным в обществе остается понимание того, что лоббизм это теневые, а порой криминальные отношения бизнеса и власти. Однако многие исследователи данной проблемы никак не связывают борьбу с коррупцией и ограничения лоббистской деятельности. Регулирование лоббизма и борьба с коррупцией – различные направления правового регулирования, которые лучше не связывать. Лоббизм сам по себе не порождает коррупцию. Поправление публичного интереса искушенными должностными лицами, служащими и лоббистами происходит не в связи с отсутствием закона о лоббизме. Преодоление коррупции – предмет законодательства о политических партиях, выборах, статусе органов и государственной службе. И если в рамках этого законодательства не удастся решить ее проблему, то в рамках регулирования лоббизма это сделать тем более не получится. [2]

Многие представители бизнеса и власти выступают за создание цивилизованной системы взаимоотношений в первую очередь предпринимательских объединений и власти. Включение такого взаимодействия в публичное, правовое поле способствует открытости данного процесса. Предприниматель не должен опасаться отношений с представителями государственной власти. Но эти отношения должны носить нормативный формализованный характер. Это позволит участвовать в продвижении своих интересов во властных структурах не только крупному бизнесу или большим предпринимательским структурам, но и среднему и малому бизнесу, общественным объединениям и обычным гражданам. Однако в общественном мнении сложился устойчивый стереотип. Российское общество, ввиду недостаточной информированности, представляет институт лоббизма скорее как «западное зло», целью которого является узаконивание коррупции, абсолютная монополизация капитала имущих и полнейшее отстранение рядового гражданина от участия в делах государства. Российское государство и политическая элита пока не видят позитивной роли лоббизма, фактически пока не интегрируя институт лоббизма в систему государственного и муниципального управления. [3]

В мировой практике антикоррупционной борьбы уже накоплен определенный опыт использования такой технологии как включение лоббизма в законодательство. Пионером в принятии закона о лоббистской деятельности являются Соединенные штаты Америки, в которых этот закон был принят еще в 1946 году. Этому примеру последовало много европейских стран, впоследствии принявшие законы, регулирующие лоббистскую деятельность. Между тем, Европейский союз отказался от идеи принятия закона о лоббизме. В целом институты ЕС не скрывают, что они ведут консультации с заинтересованными сторонами. Более того, существует много разных инструментов и каналов, созданных специально для того, чтобы заинтересованные стороны имели возможность донести свое мнение до институтов ЕС: «Зеленые» и «Белые» книги, консультативные комитеты и экспертные группы, бизнес тест-панели и ad hoc консультации. Все они являются дешевым и быстрым источником информации, необходимой для принятия наиболее эффективного решения. Поэтому речь идет не об ограничении представительства интересов, а о необходимости создания улучшенной культуры консультации и диалога, которая была бы принята во всех институтах ЕС. При этом считается, что создание культуры консультации не может быть достигнуто законодательным путем. Дополнительные бюрократические процедуры повлекут за собой замедление работы по выработке законодательных инициатив. [4]. В Европейском союзе принято решение не формализовать лоббистскую деятельность через принятие закона, а пойти по пути создания рабочих экспертных групп. Для этого был создан реестр экспертных групп. Надзорных и контрольных функций у реестра нет, он носит чисто ознакомительный характер. Наличие подобного реестра позволят осуществлять контроль

за этой деятельности. Соответственно открытость принятия решений и взаимоотношений заинтересованных структур, является залогом общественной поддержки.

В заключении необходимо отметить следующее. Мировая практика регулирования лоббистской деятельности имеет две устоявшиеся позиции. Одни страны регулируют подобную деятельность через принятие нормативно-правовых актов. Другие страны или объединения стран пытаются применять технологии открытости для регулирования лоббизма. Принимая во внимание тот факт, что в российском обществе сложилось абсолютно негативное мнение относительно всех форм лоббизма, первоочередной задачей является общественная дискуссия по этой тематике. Отсутствие прозрачности является главной проблемой в процессе регулирования лоббистской деятельности. Поэтому понимание того, что сотрудничество институтов гражданского общества, предпринимательских и бизнес-структур, органов власти в транспарентном дискурсе позволят изменить отношение общества к данной проблеме. И уже, исходя из этого, определиться с необходимостью принятия закона или создание системы добровольного открытого механизма регулирования лоббистской деятельности.

Литература

1. Чащихин Б.С. Лоббизм и группы специальных интересов. <https://socionet.ru/d/spz:cyberleninka:9047:14334482/http://cyberleninka.ru/article/n/lobbizm-i-gruppy-spetsialnyh-interesov>.
2. Васильева С.В. Правовой институт лоббизма в России: оценка законодательства и перспектив формирования. // Сравнительное конституционное право. 2013. №1(92). С. 136-148.
3. Орехов О.Ю. Перспективы политико-правового регулирования лоббистской деятельности в России. // Власть. 2016. № 10. С. 75 – 79.
4. Чернышова В.// Вся Европа. Ежемесячное интернет-издание. 2012. №11(71) <http://alleuropa.ru/?p=4240>

ИНСТРУМЕНТЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ

Б.В. Заливанский,

*кандидат социологических наук, доцент,
директор МАУ «Институт муниципального развития и социальных технологий»,
доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»*

Е.В. Самохвалова,

*кандидат социологических наук, доцент,
зам. директора МАУ «Институт муниципального развития и социальных технологий» по
социальным исследованиям,
доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»*

Большинство теоретиков и практиков сходятся во мнении, что одной из главных проблем современной системы муниципального управления является нехватка высококвалифицированных кадров, способных эффективно решать задачи социально-экономического развития территорий в условиях все возрастающих общественных потребностей и одновременно ограниченного бюджетного финансирования [1]. По сравнению с другими специалистами, менеджеров муниципального звена должно отличать наличие компетенций, необходимых при работе со стратегическими целями, навыков системного анализа, способностей эффективно управлять процессами жизнедеятельности общества. Не менее важно формирование и развитие этико-ценностных ориентаций

муниципального служащего, понимания у них несовместимости безнравственного поведения представителей муниципальной власти с развитием общества [2].

Следует отметить, что высокая квалификация, профессионализм в сфере муниципального управления, как и в других сферах, не может быть статичным, раз и навсегда установленным состоянием. Его необходимо поддерживать, в том числе, с помощью высокоэффективной системы дополнительного профессионального образования муниципальных служащих.

Отличительными чертами такой системы в современных условиях являются ее гибкость и адресность, обуславливающие способность оперативно подстраиваться под конкретные образовательные потребности, а также преемственность и вариативность форм, служащие обеспечению непрерывности процессу образования. Кроме того, настройка и функционирование такой системы невозможны без контроля и оценки качества образовательного процесса [3].

Качество образовательного процесса, безусловно, является комплексной характеристикой, отражающей степень его соответствия установленным нормативным требованиям, потребностям заказчика – в данном случае органов местного самоуправления и профессиональным и личностным ожиданиям слушателей – муниципальных служащих. В свою очередь оценка качества, как правило, предполагает оценку результата (степень сформированности требуемых компетенций у слушателя) и самого процесса (его организации, соответствия образовательных материалов предъявляемым требованиям и т. д.). Такая оценка может быть внутренней (осуществляемой организацией, предоставляющей услуги) и внешней (оценки заказчиком, экспертным сообществом и т. п.). При этом ее эффективность обеспечивается сочетанием внутренней и внешней форм.

Попытка разработки подобной системы оценки была предпринята в МАУ «Институт муниципального развития и социальных технологий» (далее – Учреждение), для чего была разработана и в марте 2018 года утверждена локальным правовым актом соответствующая методика [4]. Положения Методики соответствуют: законодательству Российской Федерации в области образования, в том числе Федеральному закону от 29.12.2012 года № 273-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями) «Об образовании в Российской Федерации»; Приказу Министерства образования и науки Российской Федерации от 01.07.2013 года № 499 (с последующими изменениями и дополнениями) «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»; иным нормативным правовым актам, регламентирующим оценку качества освоения дополнительных профессиональных программ; уставу Учреждения.

На текущем этапе внедрения данной системы системно осуществляется внутренняя оценка качества образовательного процесса, которая, впоследствии будет дополнена внешней. В соответствии с методикой, внутренняя оценка качества образовательного процесса – это проводимая Учреждением самостоятельно форма оценки качества освоения дополнительных профессиональных программ в отношении:

- соответствия результатов освоения каждой дополнительной профессиональной программы заявленным целям и планируемым результатам обучения;
- соответствия процедуры (процесса) организации и осуществления дополнительной профессиональной программы установленным требованиям к структуре, порядку и условиям реализации программ;
- способности Учреждения результативно и эффективно осуществлять деятельность по предоставлению образовательных услуг.

В данном случае объектом оценки являлось качество организации процесса повышения квалификации слушателей в Учреждении, соответствующее интересам всех субъектов образовательной деятельности.

На момент оценки в Учреждении:

- сформирована локальная нормативная правовая база – получена лицензия на осуществление образовательной деятельности (дополнительное профессиональное образование); разработаны и утверждены Положение об организации и осуществлении образовательной деятельности по дополнительным профессиональным образовательным программам повышения квалификации в муниципальном автономном учреждении «Институт муниципального развития и социальных технологий», Положение об оказании платных образовательных услуг, тематический план реализации образовательных программ на 2018 год;

- функционирует Учебно-методический совет МАУ «Институт муниципального развития и социальных технологий»;

- разработаны и утверждены 12 образовательных программ, в рамках которых предусмотрено использование инновационных образовательных технологий, таких как проблемные лекции, деловые игры и т. д. Содержание курсов соответствует профессиональным стандартам, квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках по соответствующим должностям или специальностям, требованиям к знаниям и навыкам, необходимым для исполнения должностных обязанностей;

- имеется в наличии необходимое оборудование, компьютеры, проектор, помещение для осуществления образовательного процесса.

На момент оценки (сентябрь 2018 года) Учреждением реализованы следующие образовательные программы: «Повышение эффективности предоставления органами МСУ государственных и муниципальных услуг»; «Государственное и муниципальное управление: новые инструменты и технологии»; «Территориальное общественное самоуправление: вопросы создания и деятельности»; «Вопросы обеспечения открытости информации о деятельности органов местного самоуправления»; «Интернет-технологии в работе редакций СМИ»; «PR-технологии в работе пресс-служб органов местного самоуправления».

Кроме того проведены всеобучи по курсам: «Деловой этикет и позитивный имидж муниципального служащего»; «Управление стрессом. Как избежать профессионального выгорания»; «Карьерный коучинг: стратегия личной эффективности специалиста». Всем обучившимся выданы удостоверения о повышении квалификации установленного образца.

В конце сентября была запланирована реализация еще двух образовательных курсов: «Управление государственными финансами» и «Совершенствование бюджетной системы и развитие финансовой системы», а в октябре – обучение молодых специалистов администрации Стратегии развития города Белгорода.

Результаты оценки по реализованным образовательным программам следующие.

Содержание образовательных курсов, в целом, слушатели оценили достаточно высоко (рисунок 1). Больше всего высоких оценок было выставлено по параметрам: «логичность структуры образовательного курса» (средняя оценка по всем курсам 4,6 балла из 5), «достаточность теоретической информации» и «актуальность образовательного курса» (4,5 балла в обоих случаях), а меньше всего – по позициям «достаточность практических заданий, упражнений» (средняя оценка по всем курсам 4,3 бала из 5).

При этом в разрезе программ ситуация выглядит следующим образом. Наибольшее количество высоких оценок (все позиции по 5 баллов) за содержание курса получили программы «Территориальное общественное самоуправление: вопросы создания и деятельности» и «PR-технологии в работе пресс-служб органов местного самоуправления», а наименьшее – курс «Управление стрессом. Как избежать профессионального выгорания», слушатели которого оценили «соответствие ожиданиям содержания образовательного курса» и «применимость полученных знаний и навыков в дальнейшей профессиональной деятельности» в 3,1 балла.

Оцените, пожалуйста, содержание образовательного курса, поставив в соответствующие ячейки балл от 1 до 5

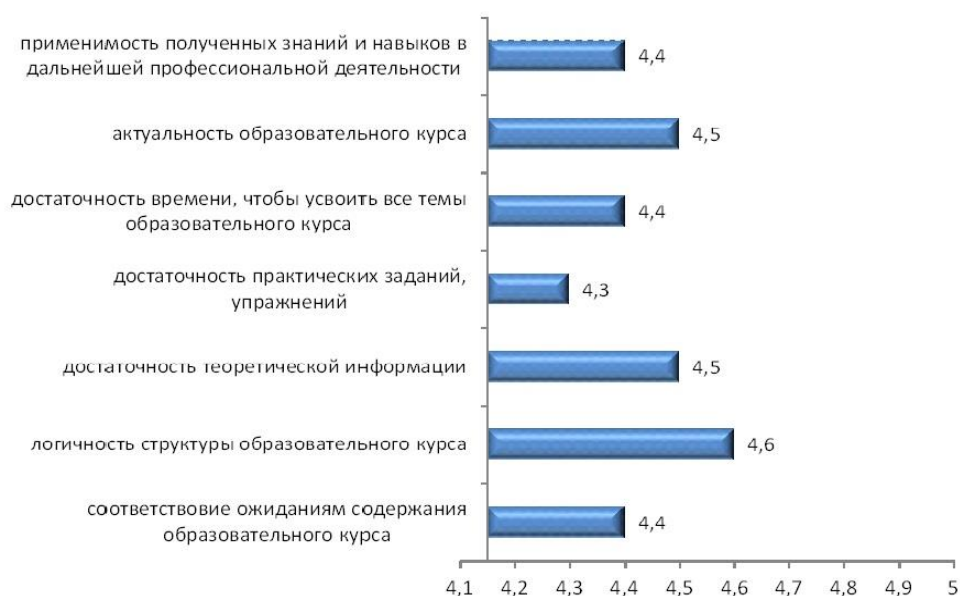


Рис. 1. Содержательная оценка образовательного процесса

Что касается **оценки качества преподавания**, то, в первую очередь, слушатели отметили доброжелательность преподавателей и их внимательность к обучающимся – обе позиции, в среднем по всем программам, получили по 4,8 балла. Остальные позиции в этом блоке – «компетентность преподавателя», «полнота ответов на вопросы обучающихся» и «доступность излагаемой преподавателем информации» также оценены достаточно высоко по 4,7 балла в каждом случае – рисунок 2. В разрезе программ следует отметить, что преподавательский состав максимально высоко (все позиции по 5 баллов) оценили слушатели курсов «Государственное и муниципальное управление: новые инструменты и технологии», «Территориальное общественное самоуправление: вопросы создания и деятельности», «PR-технологии в работе пресс-служб органов местного самоуправления», «Интернет-технологии в работе редакций СМИ».

В то же время курс «Управление стрессом. Как избежать профессионального выгорания» получил, как и по первому блоку параметров, наименьшие значения показателей, где «доступность излагаемой преподавателем информации» оценена в 3,8 балла, а «компетентность преподавателя» и «уровень внимательности преподавателя к обучающимся» в 4,1 балла в обоих случаях.

Чуть менее позитивно слушатели оценили качество презентационных и раздаточных материалов. Наиболее высокий средний балл по этому параметру выставлен по показателям «читаемость и понятность представленных презентаций» (4,7 балла), в то время как за «содержание раздаточных материалов» средняя оценка составила 4,4 балла, а за «оформление раздаточных материалов» – 4,3.

Наибольшее количество высоких оценок (все позиции по 5 баллов) за качество презентационных и раздаточных материалов получили программы «Повышение эффективности предоставления органами муниципального самоуправления государственных и муниципальных услуг», «Территориальное общественное самоуправление: вопросы создания и деятельности», «PR-технологии в работе пресс-служб органов местного самоуправления». Наименьшее – «Интернет-технологии в работе редакций СМИ» («оформление раздаточных материалов» – 3,3 балла, «содержание раздаточных материалов» – 3,6 баллов) и «Управление стрессом. Как избежать профессионального выгорания» («оформление раздаточных материалов» – 3,6 балла, «содержание раздаточных материалов» – 3,5 баллов).

Оцените, пожалуйста, качество преподавания, поставив в соответствующие ячейки балл от 1 до 5

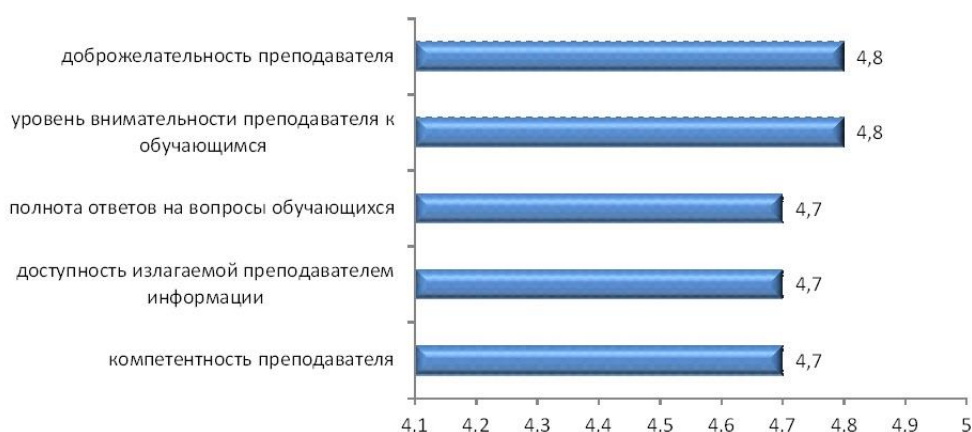


Рис. 2. Оценка качества преподавания

Еще одним параметром, оцениваемым по утвержденной в Учреждении методике, является **качество организационного сопровождения образовательного курса**. Здесь, большинство слушателей отметили, что своевременно узнали о возможности повышения своей квалификации, кроме того информация о времени, месте и других особенностях курса была исчерпывающей (по обеим позициям по 4,7 балла). В то же время комфортность помещения для обучения и скорость решения организационных вопросов обучающие оценили чуть ниже (в 4,6 балла).

Организацию образовательного процесса максимально высоко (все позиции по 5 баллов) оценили слушатели курсов «Повышение эффективности предоставления органами муниципального самоуправления государственных и муниципальных услуг», «Государственное и муниципальное управление: новые инструменты и технологии», «Территориальное общественное самоуправление: вопросы создания и деятельности», «PR-технологии в работе пресс-служб органов местного самоуправления». В то же время курсу Управление стрессом. Как избежать профессионального выгорания», как и в других случаях, выставлены сравнительно низкие оценки («насколько своевременно Вы узнали о возможности участия в образовательных курсах» – 4,3 балла; «насколько исчерпывающей была информация о времени, месте и других особенностях курса» – 3,6 балла; «как быстро решались организационные вопросы во время обучения» – 3,8 балла; «комфортность помещения для обучения – 3,5 балла).

Предложений по изменению/дополнению образовательных курсов от слушателей не поступило. В целом средняя оценка образовательных курсов равна 9,1 балла из 10. Самая высокая оценка выставлена слушателями программ «PR-технологии в работе пресс-служб органов местного самоуправления», «Территориальное общественное самоуправление: вопросы создания и деятельности» – по 10 баллов. Меньше всего обучающимся понравился курс «Управление стрессом. Как избежать профессионального выгорания» – общая оценка курса – 7,3 балла.

Таким образом, по результатам оценки можно заключить, что в настоящее время Учреждением соблюдены установленные требования к структуре, порядку и условиям обучения по программам ДПО, Учреждение способно результативно и эффективно выполнять функцию предоставления вышеназванных образовательных услуг. Качество предоставления образовательных услуг, в целом, оценено слушателями достаточно высоко. В то же время в целях повышения эффективности данной работы, создания ситуации в которой образовательный процесс и его результаты максимально ориентированы на ожидания слушателей и их непосредственных руководителей, процесс взаимодействия Учреждения с администрацией города Белгорода, слушателями и преподавателями необходимо совершенствовать, а именно: для повышения качества образовательных материалов – проработать с преподавателями перечень наиболее актуальных для

работников сферы муниципального управления образовательных курсов; для уточнения образовательных потребностей муниципальных служащих – организовать и провести круглый стол с представителями администрации города; для повышения уровня откровенности респондентов и получения необходимых дополнительных сведений, способствующих улучшению организации образовательного процесса – более подробно разьяснять цели и задачи опроса, порядок заполнения анкеты, в том числе необходимость ответов на открытые вопросы и выставление оценок по шкалам; для обеспечения непрерывности образовательного процесса – внедрять в практику обучение с применением дистанционных технологий. Сама процедура оценки также требует доработки, в первую очередь, за счет привлечения внешних «оценщиков» и внедрения других, кроме анкетного опроса, форм оценки.

Литература

1. Ярошенко, Г. В. Кадровая политика в сфере муниципального управления в российской федерации [Электронный ресурс] / Г. В. Ярошенко. URL : <http://rostjournal.ru/?p=2379&> (дата обращения: 20.10.2018).
2. Тугушева, А. М. Социально-профессиональные ориентации муниципальных служащих как способ адаптации региональной элиты (на примере республики Татарстан) : автореф. дис... канд. социолог. наук / А. М. Тугушева. – Волгоград : Б.и., 2015. – 31 с.
3. Мартыненко, Д. В. Повышение квалификации как метод повышения эффективности деятельности муниципальных служащих /Д. В. Мартыненко, Д. М. Горлов // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 5 (94). – С. 1253-1255.
4. Методика оценки качества предоставляемых образовательных услуг по дополнительным профессиональным образовательным программам повышения квалификации в МАУ «Институт муниципального развития и социальных технологий» [Электронный ресурс]. URL : <http://imrst.ru/activity/svedeniya-ob-obrazovatelnoy-organizatsi/> (дата обращения: 20.10.2018).

О ДЕСТРУКТИВНЫХ ФАКТОРАХ В РЕГИОНАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ: ОПЫТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

В.М. Захаров

*доктор социологических наук
директор Института экономики и
управления НИУ «БелГУ»*

О.В. Никонова

*ассистент кафедры
социальных технологий НИУ «БелГУ»*

Аннотация: В статье исследуется проблема повышения требований к эффективности регионального управления. Современное общество требует от субъектов управленческого воздействия не только экономической эффективности, но и обеспечения сервисных и полезных результатов их деятельности. Авторами анализируются деструктивные факторы, концентрирующиеся в деятельности региональных органов власти и управления. Обозначается необходимость поиска новых механизмов, способных обеспечить устойчивое развитие государственных и общественных отношений.

Ключевые слова: государственное управление, целеполагание, антрепренерство, деструктивные факторы, дисфункции, управленческие девиации.

Ретроспектива реформирования системы регионального управления в РФ за последние годы позволяет говорить о перманентных процессах административных преобразований, результаты которых завершились с переменным успехом. Тем не менее, до сих пор около 80 % деятельности госорганов организовано в функционально-

иерархическом формате. Однако как показывает российская практика такая модель в условиях турбулентности далека от эффективной. Согласно исследованиям Центра стратегических разработок (ЦСР), среди наиболее серьезных ее недостатков - избыток государственных функций и регулирования, забюрократизированность, дефицит надпредметных компетенций у госслужащих, широкое распределение полномочий при одновременном размывании ответственности за достижение результата и ряд других. (Ссылка цср).

Так, разрастание бюрократии и ее влияние на эффективность работы всего государственного аппарата и на качество оказываемых государственных услуг (оно падает) доказано исследованием Счетной палаты РФ. Благодаря исследованию СП выяснилось, например, что за последние четыре года на 18,2 процента увеличилось число заместителей глав ФОИВ, на 21 процент – директоров департаментов, на 13 процентов – глав управлений и на 19,2 процента – начальников отделов. Рост количества функций в 2016 году увеличился по сравнению с 2012 на 129 ед. Для сравнения: в 1913-м в Российской империи на тысячу подданных приходилось 1,63 чиновника, на старте социалистической модернизации, в 1928-м, – 6,9, а на закате советской эры, в 1985-м, – 8,7. И если рост бюрократии рассматривать как болезнь, то надо признать, что в Отечестве она – хроническая¹.

Тем временем, в процессах трансформации государственного управления на современном этапе, как свидетельствует зарубежная практика административных преобразований, обозначились следующие тенденции:

- акцент на эффективности деятельности (достижение результатов)
- внедрение бизнес-методов в практику государственного управления
- уход от иерархических «пирамидообразных» механизмов координации деятельности
- преобладание горизонтальных, компактных организационных форм над громоздкими негибкими структурами
- клиентоориентированность (гражданин рассматривается как «заказчик», пользователь государственных услуг)
- интеграция в систему государственного управления принципов менеджмента качества, где качество рассматривается через призму удовлетворения пользователя (гражданина)
- уберизация экономики
- глобальная конкуренция за финансовый и человеческий капитал.

Эксперты Гайдаровского форума-2018 в своем центральном докладе не раз обращались к проблеме низкого качества госуправления, как к одному из основных вызовов, стоящих перед страной. Жёсткий функционально-иерархический формат регионального управления вызывает кризис функционирования всей властно-управленческой деятельности, где очевиден экспоненциальный рост деструктивных факторов, влияющих на эффективность регионального управления. Понятие «деструктивность» образовано от латинского слова «destructio», что в переводе обозначает «разрушение», «нарушение нормальной структуры» чего-либо. В социологии понятие «деструктивный фактор» недостаточно широко исследовано. Как правило, данное понятие связано с поведенческими формами сотрудников в организациях - деструктивное поведение. Деструктивное трудовое поведение представляет собой внешне наблюдаемые действия, поступки субъекта трудовой деятельности, препятствующие достижению целей организации и несущие негативные последствия для нее. В целом поведение сотрудника можно охарактеризовать как деструктивное, если оно становится причиной

¹ Коммерсант : режим доступа <https://www.kommersant.ru/doc/3520856> (дата обращения 25.10.2018 г)

«целенедостижения» [9]. Понятие «деструктивные факторы» не использовалось применительно к деятельности органов власти, поэтому оно нуждается в уточнении. Необходимо раскрыть специфику деструктивных факторов в региональном управлении и разграничить такие понятия, как «дисфункция» и «девиация» в системе регионального управления. В своем содержании девиации носят ценностный характер, а дисфункции – технологический. Рассматривая региональное управление, как социальную систему, под деструктивными факторами будем понимать объективные или субъективные противоречия устойчивого целенедостижения, проявляющиеся в форме ошибочных управленческих решений и продуцирующие неэффективность регионального управления. Результатом которых являются девиации и дисфункции в региональной системе управления.

Можно констатировать, что современное региональное управление, испытывает натиск деструкций, опираясь на мнение некоторых авторов, выделим следующие.

Проведенный нами межрегиональный экспертный опрос в 5-ти регионах ЦФО среди государственных служащих из числа руководителей (N =100) «Анализ факторов, способствующих, либо препятствующих результативной деятельности органов регионального управления» обнажил деструктивные факторы, концентрирующиеся на трёх «линиях напряженности»:

1. Мотивационно-ценностной
2. Компетентностно-профессиональной
3. Организационно-технологической

Таблица 1

Теоретический анализ деструктивных факторов

№	И.В. Понкин ²	А.Г. Барабашев ³
1	Дисбалансы между публично-правовым и частноправовым регулированием отношений	Управленческие решения слишком часто выглядят бесчеловечными, не учитывающими новизну социальной жизни
2	Квантофрения государственного управления (зацикленность в оценках на численные показатели)	Отсутствие гибких инструментов управления
3	Институциональные пороки	Увеличение объема и усложнение административных процедур
4	Разбалансированность систем контроля и ответственности в государственном управлении	Самодовлеющая организационная деятельность

Безусловно, полностью отразить результаты исследования в данной статье не представляется возможным. Приведем лишь некоторые обобщенные результаты социологической диагностики деструктивных факторов. Главными факторами, препятствующими результативной деятельности региональных органов власти, по мнению экспертов, являются: отсутствие мотивации к результативной служебной деятельности (4 балла из 5), некомпетентностно-ориентированная система профессионального развития управленческих кадров (3,8 балла), неработающая система взысканий/ответственности за профессиональные ошибки (3,7 балла), принятие управленческих решений в личных целях (3,6 балла).

² Понкин И.В. Теория девиантологии государственного управления: неопределённости, риски, дефекты.

³ Барабашев А. Г. Кризис государственного управления и его влияние на основные административные парадигмы государства и бюрократии // Вопросы государственного и муниципального управления. 2016. №3.

Отметим, что наименьшей мере, по мнению экспертов, результативную деятельность подрывает отсутствие гражданского контроля над деятельностью государственных служащих (3,1 балла из 5 максимальных).

В действующей сегодня пирамидальной забюрократизированной конструкции попросту нет места реальному гражданскому участию.

Опрос населения в трех крупных городах Белгородской области, (N=550) показал, что, иерархичная вертикальная модель управления не является предпочтительной для большей части респондентов. Так, по мнению лишь незначительной части респондентов (13,2 %), органы власти справляются благополучно с решением жизненных проблем граждан. А чуть более 30 % опрошенных респондентов и вовсе предпочитают самостоятельно решать жизненные проблемы. Считаем, что это объясняется тем, что забюрократизированная (вертикальная) система органов регионального управления подавляет готовность органов власти к изменениям и настроен на решение жизненных проблем граждан.

Для того, чтобы минимизировать последствия влияния деструктивных факторов органы регионального управления должны учитывать растущую связанность всех секторов госуправления, в особенности - общественно-гражданского. Конечно, участие граждан в принятии решений «наверху» – достаточно субъективный процесс, но и он может приобретать институциональное оформление, прежде всего с использованием информационных технологий и механизмов сетевых коммуникаций, становиться более привлекательным для инициативной части населения [4]. По мнению белгородских социологов, именно гражданский контроль работы органов власти является базовым элементом демократии, а результатами действия системы гражданского контроля являются: снижение коррупции, повышение доверия граждан к органам власти, повышение открытости и подотчетности органов власти, совместное решение социально-экономических проблем гражданскими и властными структурами [2]. По нашему мнению, общественное участие связано с тем, что в целом, современная российская система регионального управления построена по функциональному принципу. Возможно, это и создает серьезные ограничения в плане повышения результативности региональных органов управления. Лучшие практики корпоративного и государственного управления свидетельствуют о том, что функции не являются отправной точкой идентификации целей и результатов деятельности - для этого функции недостаточно конкретны [8]. Позитивный опыт региональных управленческих практик субъектов РФ указывает на то, что ориентированность регионального управления на результат гораздо успешнее обеспечивается не в функциональном, а в процессно-проектном формате.

Таблица 2

Распределение ответов респондентов на вопрос «Считаете ли Вы, что органы власти решают Ваши жизненно важные проблемы?»

Считаете ли Вы, что органы власти решают Ваши жизненно важные проблемы? (Выберите один вариант ответа)	%			
	Губкин	Белгород	Ст.Оскол	ИТОГО:
1) Да, считаю, что органы власти благополучно справляются с решением моих жизненно важных проблем	13,5	18,3	0,0	13,2
2) Да, но считаю, что органы власти решают лишь незначительную часть моих жизненно важных проблем	30,8	23,5	20,0	27,0
3) Нет, органы власти не озабочены решением моих жизненно важных проблем	28,1	28,1	38,5	29,5
4) Я самостоятельно решаю свои жизненно важные проблемы	27,7	30,1	41,5	30,3

Опираясь на управленческий опыт правительства Белгородской области, а также некоторых регионов-лидеров рейтинга эффективности деятельности, выделим организационно-технологическую модель проектного управления. Белгородская модель проектного управления ориентирована не только на количественный, но и качественный эффект. Что позволяет:

- ставить измеримые цели и нести ответственность за достижение
- повышать обоснованность принятия управленческих решений посредством рассмотрения проектов на экспертных площадках
- осуществлять оперативное управление командой проекта (мобильной рабочей группой), что повышает исполнительскую дисциплину
- снижать низкоэффективные расходы бюджета и т. д.

Безусловно, вектор административных изменений постепенно будет направлен в сторону модели «общественно-полезной государственной службы», автор которой А.Г. Барабашев определяет роль государства не столько как посредника, сколько как производителя общесоциальных ценностей. [3, 2016]. Однако сегодня в России сложилась и реализуется вертикальная модель управления, где главным потребителем (выгодополучателем) результатов деятельности государства является начальник «сверху».

Ретроспектива административных преобразований позволяет говорить только о попытках выстраивания эффективной (с точки зрения полезности) административно-публичной системы управления. Приоритетными задачами в проведении структурных преобразований государственного (регионального) управления должны стать:

- не имитационное, а реально пертинентное (с лат. «*pertinēre*»- быть важным, полезным) управление, где критерии результативности утверждают институты гражданского общества, и не сами органы власти.
- кадровая реформа, основанная на развитии меритократических ценностей, как непрерывные улучшения, клиентоориентированность
- внедрение горизонтальных механизмов респонсивного (от англ. «*responsiveness*»- способность «отвечать» на изменения) восприятия властью сигналов на оперативное решение жизненноважных проблем граждан.

Литература

1. Аналитический обзор: Отдельные аспекты трансформации государственного управления: процессы и качество // Центр стратегических разработок [электронный ресурс] URL: https://www.csr.ru/wpcontent/uploads/2018/02/Gosupravlnie_Web.pdf (дата обращения 28.01.2018).
2. Бабинцев Валентин Павлович, Давтян Диана Вазгеновна Гражданский контроль в практике местного самоуправления: социокультурный аспект // Власть. 2016. №2. <https://cyberleninka.ru/article/n/grazhdanskiy-kontrol-v-praktike-mestnogo-samoupravleniya-sotsiokulturnyy-aspekt> (дата обращения: 21.11.2018).
3. Барабашев, А.Г. Теоретические ориентиры дальнейшего развития государственной службы Российской Федерации // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2007. –Т. 1. – № 1. – С. 39 – 40.
4. Захаров В.М., Никонова О.В. Патологии в системе государственного управления: анализ и программа преодоления // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. 2018. №1.
5. Изъяны эффективности // Коммерсант [электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3520856> (дата обращения 01.02.2018).
6. Оболонский, А.В. Кризис бюрократического государства: Реформы государственной службы: международный опыт и российские реалии [Текст] / А.В. Оболонский. – М. : Фонд «Либеральная миссия», 2011. – 448 с.
7. Понкин И.В. Теория девиантологии государственного управления: Неопределённости, риски, дефекты, дисфункции и провалы в государственном управлении

/ ИГСУ РАНХиГС при Президенте РФ / Предисловие д.ю.н., проф. А.Б. Зеленцова. – М.: Буки-Веди, 2016. – 250 с.

8. Хаммер, М. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе [Текст] / М. Хаммер, Дж. Чампи (перевод с английского). – СПб. : Издательство Санкт-Петербургского университета, 1997. – 332 с.

9. Щербина В.В., Попова Е.П. Развитие деловых организаций: Теоретические модели и проблемы практического применения. М, РГТУ, 2010. – 26 с.

ВЛИЯНИЕ ВИРТУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА НА САМОРЕАЛИЗАЦИЮ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

С.А. Иващенко

*аспирант кафедры социальных технологий,
Институт экономики и управления,
НИУ «БелГУ»
г. Белгород, Российская Федерация*

Аннотация: В данной статье автор рассматривает проблему самореализации студенческой молодежи посредством виртуализации. Также автор указывает положительные и негативные стороны влияния виртуального пространства на социальную субъектность студенческой молодежи. Рассматривается роль Интернета на влияние и развитие социума.

Ключевые слова: виртуализация, виртуальная реальность, виртуальное пространство, социальная субъектность, самореализация, студенческая молодежь.

На сегодняшний день в связи с виртуализацией социальных институтов, а также с созданием искусственного мира при помощи замены восприятия окружающей действительности информацией, которую интегрирует компьютерная система, наблюдается динамичное изменение социализации личности.

Как отмечает Н.В. Воронкова «реальность социальных отношений на современном этапе развития общества во многом производна от структур общественного сознания, которые, в свою очередь, зависят от процессов коммуникативного взаимодействия социальных институтов. Стремительное развитие виртуализации во многих сферах социальной жизни позволяет считать ее специфическим условием функционирования социальных институтов, качественной характеристикой социума в XXI веке» [1].

Виртуализация активно проникает в различные сферы социальной жизни. В их число входят не только массовая коммуникация, но и политика, право, экономика, управление, наука [3, С. 38].

Интегрирование виртуальной реальности приводит к новому глобальному уровню социальной субъектности и общества в целом. Значение виртуализации в жизни современного социума растет за счет интенсификации и роста социальных субъектов, которые участвуют в распространении, передаче и потреблении информации посредством компьютерной сети [1].

Как известно, Интернет – это глобальная коммуникационная сеть, которая предоставляет пользователям возможность доступа к неограниченному количеству каналов информации и ресурсам. Именно под влиянием Интернета меняется стиль жизни современной студенческой молодежи, что проявляется в деформации структуры их досуга, изменении каналов получения доступной информации, а также изменении статуса и характера межличностных отношений. Данное явление можно объяснить тем, что именно студенческая молодежь является активным пользователем, проводящим наибольшее время в Интернете.

Следует отметить и тот факт, что роль Интернета активизируется в подготовке студенческой молодежи к учебной и практической профессиональной деятельности, а период студенчества является существенным в формировании профессиональной компетентности личности, а также его гражданской идентичности, социально-правовой и культурной активности.

Другими словами, Интернет предстает как «мультисервис» повседневной жизни студенческой молодежи, который необходим для успешной адаптации и социальной интеграции в современных условиях.

Таким образом, можно выделить как позитивные, так и негативные аспекты влияния виртуализации на самореализацию студенческой молодежи. Положительная сторона влияния заключается в трансформации всей структуры коммуникационного опыта личности в расширении каналов доступа к информации и данным, а также его многократное повышение роли субъектности и самоидентификации в контексте его виртуального поведения. Негативные стороны проявляются в сокращении непосредственных социальных взаимодействий личности и сужении его социальных связей, а также в формировании неадекватного социального восприятия окружающей действительности и возрастании внешнего давления.

На сегодняшний день проблематика современной студенческой молодежи как одной из составных элементов социальной общности заключается в противоречивости процессов ее самореализации, а именно в адаптации к вузовской жизни, в ценностном ориентировании и формировании социального облика.

Следует сказать, что виртуализация социальной субъектности студенческой молодежи предстает как совокупный механизм, «транслирующий» социальные и институциональные нормы и правила. Однако наряду с социализационным процессом происходит и ресоциализация студенческой молодежи в связи с переходом в другую коммуникативную среду [2].

Также на виртуализацию социальной субъектности студенческой молодежи влияет тот факт, что современная молодежь формировалась в быстро меняющийся, переходный период. В связи с этим, когда личность в виртуальном пространстве сталкивается с альтернативными образцами мышления, что значительно осложняет ситуацию принятия решений, и, следовательно, выявляются ошибочные представления о восприятии окружающей действительности.

Таким образом, Интернет играет особую роль при формировании и развитии социума, а доступ к информации выступает решающим фактором развития индивида в современной России. Однако в современных социальных практиках, которые выражаются в социальных элементах и действиях участников виртуальной действительности, происходит расширение проблемы самореализации студенческой молодежи, т.к. наблюдаются существенные изменения в социальной субъектности студенческой молодежи. Виртуальность становится неотъемлемой частью жизни студенческой молодежи и при этом деформирует все аспекты его жизнедеятельности, что ведет к появлению требований новых социальных статусов, нормам поведения, продиктованным виртуальной действительностью.

Другими словами, глобальная сеть Интернет преобразовалась из простой коммуникабельной сети, которая предоставляла доступ к информации и ресурсам, в действительность, где сообщество людей соотносят свое поведение с определенными правилами и принципами виртуального пространства.

Литература

1. Воронкова Н.В., Медведева М.А. Виртуализация социальной реальности и трансформация институтов российского общества как специфические условия их взаимодействия // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 8. – С. 161–165. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2015/65033.htm>.

2. Данилова М.А. Интернет-социализация студенческой молодежи : специфика мотивации сетевого поведения : дисс. кандидата социологических наук : 22.00.04 / Данилова М.А.; [Место защиты: Сарат. гос. техн. ун-т].- Саратов, 2009. – 139 с.

3. Иванов Д.В. Критическая теория и виртуализация общества // Социологические исследования. 2009. № 1.

К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМА ИДЕОЛОГИЗАЦИИ В МЯГКОМ УПРАВЛЕНИИ СЕМЕЙНО-БРАЧНОЙ СФЕРОЙ

Т.Н. Каменева

*д. с. н., профессор кафедры социологии ФГБОУ ВО КГУ,
Россия, Курск*

Аннотация. В статье рассматриваются процессы трансформации семейно-брачной сферы, актуализируются вопросы смены существующих методов управления семейно-брачной сферой. Раскрывается сущность методов мягкого управления. Обосновывается необходимость разработки механизма идеологизации в реализации мягкого управления семейно-брачной сферой.

Ключевые слова: семейно-брачная сфера, управление семейно-брачной сферой, мягкое управление, тезаурус, габитус, механизм управления.

Характерные для современного общества неопределенность и попытки семьи приспособиться к быстро меняющимся социокультурным условиям, породили значительные изменения всей семейно-брачной сферы.

Неоднозначность процессов индустриализации, урбанизации и связанных с ними изменений привела к повышению индивидуализации семейно-брачных отношений. Внешние факторы, влияющие на обеспечение устойчивости семьи как института стали менее значимыми, а «содержание внутренних факторов» существенно возросло.

Нестабильность семейно-брачных отношений во многом связана с повышением роли материального благополучия и соответственно сменой нравственных ориентиров. Вместо долга, предпочтение отдается безответственности, совесть уступает место практицизму, рационализм заменяет сердечность и милосердие, любовь превращается в партнерские отношения полов. Фактически можно констатировать ценностный кризис человека и общества: на смену традиционным ориентирам пришли новые, менее обременительные, что в свою очередь негативно сказывается на семье.

Семья и общество тесно взаимосвязаны друг с другом. Суть семьи заключается в ее посреднической роли между личностью и обществом, семья ответственна за формирование нравственных устоев, социализацию детей, развитие культуры и экономики. Семья чутко реагирует на все изменения, происходящие в обществе адаптируя свою структуру и функции, трансформируясь, продуцируя новые формы своего существования. Следовательно, только «сильная» семья может выступать союзником общества при решении фактически всех проблем современности.

В свою очередь, современное общество и государство заинтересованы не только в семье, просто адаптированной к современным социокультурным условиям, но и в активно действующей, способной выработать и реализовать собственную жизненную стратегию, обеспечить свое развитие. Поэтому необходимо создание принципиально иных, продуктивных социальных отношений вокруг института семьи, способствующих возрождению ее целевой функции детовоспроизводства, понимаемой как рождение, воспитание, поддержание детей до момента включения в процесс социокультурного воспроизводства.

Сегодня семейная политика становится приоритетнейшим направлением политики государства. В условиях, когда государство провозгласило партнерские отношения, автономность и самостоятельность семьи при выборе путей своего развития, социально-экономические, правовые и идеологические меры семейной политики должны не столько регламентировать поведение семьи как института в общественных взаимоотношениях, а способствовать саморазвитию этого важного общественного института, предоставлять возможность выбора форм поддержки, что позволит строить взаимоотношения семьи и государства на принципах партнерства.

Таким образом, настало время перейти к продуктивной стратегии реализации государственной семейной политики, пока семейно-демографический кризис не приобрел катастрофических масштабов. Нужно осознавать, что подобный кризис кроется в сфере ценностей общества и личности, когда формируются мифы о новом типе семьи и семейно-брачных отношений, которые соответствуют реалиям современного общества.

Академик Н.Н. Моисеев считает, что для анализа социальных систем нужно новое понятие термина «управление». Он утверждает, что управление в чистом виде в таких системах невозможно, поскольку нельзя поставить ни четких целей, ни разработать надежных процедур реализации управленческого процесса, ни добиться точного достижения целей, даже если они поставлены. Вот почему следует говорить «не об управляемом, а направляемом развитии социальных систем... Наши воздействия способны лишь поддержать желаемые тенденции или избежать разрушений (или даже катастроф)»⁴.

В складывающихся условиях методы прямого директивного управления семейно-брачной сферой демонстрируют свою уязвимость, поэтому актуальным становится расширенное использование мягких, косвенных методов управления.

Мягкое управление в общем смысле можно рассматривать как разновидность управления, в основе которого лежит использование косвенных, неформальных рычагов воздействия на внутреннюю и внешнюю среду управленческой системы.

Развитие методов мягкого управления актуализирует, проблематику, связанную с ролью субъектов управления и социальных факторов в данных формах его реализации.

Все чаще под управлением понимается не жесткая детерминация систем, а «мягкие формы управления» предопределяющие благоприятные условия для их развития. Их суть состоит в том, что не столько сила, сколько правильно подобранная конфигурация управленческого воздействия обуславливает его результативность; «малые, но правильно организованные – резонансные – воздействия на сложные системы чрезвычайно эффективны»⁵.

В основе нового типа управления сложноорганизованными системами, заложен принцип самоорганизации, отражающий внутреннюю реакцию системы на изменение внешних условий. Особое значение приобретает согласованность с тенденциями самоструктурирования нелинейной системы, а не степень силы воздействия на систему со стороны индивида. Следовательно, всяческие попытки направить социальную систему по несвойственному пути развития будут выступать поводом для возникновения конфликта, дисгармонии общественных связей тормозящей процесс выхода социума на новый этап эволюционного развития. «Можно сказать, что объектом управления является не человек с его деятельностью и не группа людей, как это утверждается в менеджменте, а сами механизмы регуляции их отношений»⁶.

Необходимость использования мягкой силы в управлении семейно-брачной сферой обусловлена влиянием на нее социальных, культурных, экономических и геополитических

⁴ Моисеев Н.Н. Контуры рационального общества // Социально-политический журнал 1993 №11-12. – С.74.

⁵ Князев, Е.Н. Синергетика как новое мировидение: диалог с И. Пригожиным [Текст] / Е.Н. Князев, С.П. Курдюмов // Вопросы философии. 1992. № 2. С.3-20

⁶ Тихонов, А.В. Отечественная социология управления: теоретико-методологическое обоснование разработки толкового словаря [Электронный ресурс] / А.В. Тихонов, Е.И. Рабинович // Институт социологии РАН. Офиц. сайт. Блог А.В.Тихонова. [Опубликовано 28.11.2010] Режим доступа: http://www.isras.ru/blog_Tichonov.html

факторов и в целом сменой реальности существования семьи. Трансформация семейно-брачных отношений, их усложнение требуют выбора иного вектора управления. Чем сложнее система, тем труднее она для управления прямого типа, ее сложнее просчитать и алгоритмизировать действия ее членов. В этой ситуации необходимо знание специфических особенностей семей различных типов и своеобразия их структур. Структура семьи – это не только «состав семьи, ее члены, но и совокупность их взаимоотношений»⁷, а также «способ обеспечения ее единства и функционирования»⁸. Вариативность семейных форм, изменение функционала семьи и соответственно ее структуры характерные для современных семейно-брачных отношений затрудняют институциональное закрепления результата адаптации семьи – формирование «сильной», «жизнеспособной» в современных условиях семьи. Мягкое управление позволит глубже проникнуть в проблемы семьи, найти источники стабилизации внутри самой семьи, актуализировать самоорганизацию.

Директивное управление не согласуется с сущностью самой семьи и условиями жизни современного человека. Директивное управление советского образца соответствовало милитаристскому характеру общества. «Командирский» стиль управления закреплялся через готовность одних людей командовать, а других – подчиняться приказам. Основа нынешних изменений в семейно-брачных отношениях все возрастающий индивидуализм, личностная свобода, право на интимную, независимую от общества жизнь, иными словами, идет замена принципов «человек для семьи» и «семья для государства» принципом «семья для человека». В семейно-брачной сфере эффективность управления должна определяться не силой административного нажима, а характером делегирования полномочий членам семьи. Для такого социального института как семья не приемлема ситуация «как написано, так и будет». Именно поэтому мягкие формы управления, воздействия на габитус (семейно-брачное поведение, распространенное в данных социокультурных условиях) путем формирования реалистичного тезауруса (семейно-брачные установки) дадут положительные результаты.

В основе реализации мягкого управления семейно-брачной сферой заложен принцип доверия субъекта к управляемой подсистеме. Он предполагает соблюдение требований профессиональной, деловой и управленческой этики, следование в поведении нормам общественной морали⁹. И формирует своего рода доверительные поведенческие установки для управляющей и управляемой систем.

Данный принцип заключается в переструктурировании управленческих приемов: вместо воздействия на семью в целом и ее членов в частности начинает практиковаться взаимодействие с ними; таким образом, семья и ее члены выступают как в качестве объекта, так и субъекта реализации семейной политики. Достоинством данного подхода является его стратегический характер, перспективность. Использование потенциала акторов брачного рынка позволит открыть новые перспективы для продуктивных взаимодействий общества и семьи, сохранить устойчивость семьи как системы.

Методы мягкого управления будут содействовать развитию семьи как института, формированию адаптированного «жизнеспособного» ее типа. Особое место здесь занимает влияние на тезаурусные установки индивидов, заложенные в основе семейно-брачного поведения и проявляющиеся как убеждения респондентов о том, какой должна быть семья, её состав, структура, функции, и ориентации на тип семьи, отвечающий сложившимся условиям жизнедеятельности в современном мире. По сути, изменение тезауруса в сторону фамилизма (семьецентризма) ведет к повышению установок на число детей у людей с высокими и средними притязаниями, на которых собственно (а не на тех, у кого примитивные ожидания!) и должна быть сфокусирована семейная и демографическая

⁷Эйдемиллер Э. Г., Юстицкис В. Психология и психотерапия семьи. М.; СПб: Питер, 2008. 668 с.

⁸Харчев А.Г. Брак и семья в СССР. М.: Мысль, 1979. С. 55.

⁹Родин Д.В. «Жесткий» и «мягкий» подходы к управлению человеческими ресурсами организации // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2015. – № 3 (34). – С. 231-239.

политика в стране¹⁰. Семейный образ жизни, должен быть привлекательным не только в рекламе, его привлекательность должна пропагандироваться уровнем и условиями жизни семей, а реклама в свою очередь должна ориентироваться на максимально реалистично-благополучные семьи, что играет важную роль в формировании правильных тезаурусов населения в сфере семьи и брака. Методы мягкого управления не повышают привлекательность семейного образа жизни за счет эксплуатации ущербности одинокого положения, а правильно расставляют акценты на приоритетах, получаемых в семье, основанной на официальном браке.

Мягкое управление в системе социального управления должно обеспечить особое культивирование семейных ценностей, соответствующих политике, декларируемой государством. Пропаганда, стимулирование общих ценностей и переводение их в разряд действенных регуляторов жизнедеятельности приведет к интеграции и консолидации усилий всех акторов семейной политики. Поэтому ключевым элементом мягкого управления должно стать формирование позитивной идеологии семьи, призывающей к просемейным действиям, образу жизни и мышлению. Это возможно при условии консолидации усилий органов власти, ответственных за реализацию семейной и демографической политики, структур гражданского общества, образовательных учреждений и средств массовой информации в сфере распространения идеологии семьи. Идеология может пониматься как совокупность ключевых понятий и идей, необходимых для реализации определенной семейной политики. Идеология семьи – это идейная установка, совокупность идей относительно семейно-брачных отношений, которые популяризируют семейный образ жизни¹¹. К разработке вопросов, связанных с идеологиями семьи целесообразно привлекать экспертное сообщество, учреждения социальной защиты, образовательные и культурные заведения. Трансляция идеологии осуществляется посредством ряда мероприятий в сфере образования и просвещения, направленных на формирование семейного образа жизни, повышение его привлекательности, с широким освещением в средствах массовой информации; подготовку и трансляцию тематических программ посвященных семейным ценностям в массовой информации; увеличение удельного веса материалов средств массовой информации с просемейной направленностью, в которых представлена информация о реальных семейных людях, реализующих жизнеспособный в современном обществе тип семьи (официальный брак, двухдетная или трехдетная модель семьи); пропаганда необходимости конвенционального распределения домашних обязанностей, «активного» отцовства, традиций родственной взаимопомощи¹². А также оказание поддержки инициативным группам, осуществляющим введение специализированных интернет-сайтов, мотивирующих на семейный образ жизни. Главной целью мероприятий по формированию семейных ценностей, в складывающейся российской реальности, должно стать воспитание таких ценностей и создание таких возможностей, при которых молодое поколение захочет вступать в брак и воспитывать детей.

Таким образом, в основе механизмов воздействия на семейно-брачную сферу лежит взаимодействие законодательных и исполнительных органов власти, гражданского общества и широкой общественности. В настоящее время семья, как никогда прежде, нуждается в постоянном, системном социальном регулировании как со стороны федеральных, так и региональных органов власти. Социальное влияние государства должно носить скорее не компенсаторный характер, а просемейный, задачей которого является идеологизация семейных ценностей и формирование модели жизнеспособной семьи.

Достижение целей социального развития и реализация определенной семейной политики требуют формирования механизма мягкого управления. Люди, осуществляющие

¹⁰ Антонов, А.И. Почему нельзя надеяться, что рождаемость повысится, когда в брак начнут вступать сегодняшние старшеклассники // Демография. ру Институт демографических исследований URL: http://www.demographia.ru/articles_N/index.html?idR=20&idArt=245

¹¹ Каменева Т.Н., Зотов В.В., Когай Е.А. Семейно-брачные практики в обществе риска. Курск, 2015. 128 с.

¹² Каменева Т.Н. Семья в обществе риска: социологический анализ. Курск, 2018. 424 с.

регламентацию совокупности форм, функций, методов, стимулирующих рычагов социального управления целенаправленно создают и изменяют механизмы управления, с целью достижения их наивысшей эффективности в данных конкретных исторических условиях. В современном обществе механизмы, связанные с проектированием, конструированием, программированием формируются достаточно интенсивно. Чтобы реализовать цели государственной семейной политики, необходимо начинать формировать механизмы, обеспечивающие переход от директивного управления семейно-брачной сферой к мягкому управлению. Механизм идеологизации¹³, опирается на строго регламентированную и четко сформулированную национальную просемейную идею, стратегию национального развития, которая базируется на определенных идеологических постулатах, влияющих на выбор, ценностную иерархию; стратегию подбора и реализации механизмов, инструментов и методов, осуществляющих процесс формирования ценностных ориентаций. Такой механизм должен подкрепляться нормативно-правым регулированием, констатацией выбранной ценностной системы в основных нормативных и правовых актах, документах, программах, культивированием идеологием семьи, ориентирующей на семейный образ жизни. Реализация механизма идеологизации будет способствовать формированию реалистичных просемейных тезаурусов и габитусов индивидов, что приведет к укреплению института семьи, повышению устойчивости социального положения ее членов.

Литература

1. Антонов, А.И. Почему нельзя надеяться, что рождаемость повысится, когда в брак начнут вступать сегодняшние старшеклассники // Демография. ru Институт демографических исследований. URL: http://www.demographia.ru/articles_N/index.html?idR=20&idArt=245
2. Каменева Т.Н., Зотов В.В Мягкое управление в семейной политики как условие снижение рисков ее реализации // Государство и общество: вчера, сегодня, завтра. Серия: Социология. – 2014. – № 12 (1). – С. 23-34.
3. Каменева Т.Н., Зотов В.В., Когай Е.А. Семейно-брачные практики в обществе риска. – Курск, 2015. – 128 с.
4. Каменева Т.Н. Семья в обществе риска: социологический анализ. – Курск, 2018. – 424 с.
5. Князев, Е.Н., Курдюмов С.П. Синергетика как новое мировидение: диалог с И. Пригожиным // Вопросы философии. – 1992. – № 2. – С.3-20
6. Моисеев Н.Н. Контуры рационального общества // Социально-политический журнал. – 1993. – №11-12. – С.74.
7. Родин Д.В. «Жесткий» и «мягкий» подходы к управлению человеческими ресурсами организации // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2015. – № 3 (34). – С. 231-239.
8. Тихонов, А.В. Отечественная социология управления: теоретико-методологическое обоснование разработки толкового словаря [Электронный ресурс] / А.В. Тихонов, Е.И. Рабинович // Институт социологии РАН. Офиц. сайт. Блог А.В.Тихонова. [Опубликовано 28.11.2010] Режим доступа: http://www.isras.ru/blog_Tichonov.html
9. Харчев А.Г. Брак и семья в СССР. М.: Мысль, 1979. – С. 55.
10. Эйдемиллер Э. Г., Юстицкис В. Психология и психотерапия семьи. М.; СПб: Питер, 2008. – 668 с.

¹³ Каменева Т.Н., Зотов В.В Мягкое управление в семейной политики как условие снижение рисков ее реализации // Государство и общество: вчера, сегодня, завтра. Серия: Социология. 2014. № 12 (1). С. 23-34.

ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И РЕГИОНАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ

И.В. Кравцова

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры финансовых услуг и банковского дела, ГОУ ВПО «ДонАУиГС»*

Д.С. Коровин

*студент ОУ «магистр
ГОУ ВПО «ДонАУиГС»*

Аннотация. Рассмотрена практика применения информационных технологий в госорганах и проблемы улучшения качества государственного управления путем проведения мер по внедрению современных информационных технологий в государственные органы.

Ключевые слова: государственное управление, региональное управление, государственная услуга, электронные ресурсы, интернет, информационные технологии.

Рассмотрена практика применения информационных технологий в госорганах и проблемы улучшения качества государственного управления путем проведения мер по внедрению современных информационных технологий в государственные органы.

Ключевые слова: государственное управление, региональное управление, государственная услуга, электронные ресурсы, интернет, информационные технологии.

О процессах информатизации в обществе на протяжении последних десятилетий было сказано достаточно много. И на каждом временном этапе вопрос информатизации рассматривался в определенном контексте: с вопросов о формировании компьютерной грамотности индивидов до становления виртуального социума. Чем информационно грамотнее становился человек, тем более значимой становилась для него потребность в информационном продукте, так как деятельность людей все больше и больше стала зависеть от их информированности, от их способности действительно применять информацию. Для свободной ориентации в информационном пространстве современный специалист любого профиля должен уметь извлекать, перерабатывать информацию с помощью вычислительной техники, телекоммуникационных систем и других средств. В связи с этим, информатизация определилась как стратегический курс общества, как ресурс, который определяет уровень развития государства. Как результат – масштабное использование информационных технологий в экономике, промышленности, политике и сфере услуг, культуре.

Следовательно, информатизация обеспечивает переход общества от индустриального типа развития к информационному. Этот процесс затронул и сферу государственного, регионального и муниципального управления.

Под информатизацией государственного, регионального и муниципального управления понимается процесс создания информационно-технологической среды для удовлетворения информационных потребностей органов власти различных уровней, взаимодействующих с ними организаций и граждан на основе формирования и использования информационных ресурсов [1].

Методы и организация исследования. Начало информатизации в органах управления можно отнести к 1970 году. Предпосылками создания информационных систем на всех уровнях управления хозяйственным комплексом явились развитие в вычислительную технику за рубежом и производство в СССР ЭВМ III поколения. В стране начинается процесс формирования Общегосударственной автоматизированной системы обработки управленческой информации.

Практически все государственные структуры создавали ведомственные вычислительные центры и системы автоматизации решения функциональных задач в регионах.

В период перехода страны к рыночной экономике органы государственного управления внесли изменения не только в организационно- правовые отношения, но и разработали новые подходы к решению вопросов информационной и информационно-аналитической поддержки принимаемых решений. Были приняты федеральные законы и ряд других основополагающих документов, которые активизировали процессы создания и внедрения информационных систем и технологий в сфере государственно-административного управления.

Информатизация органов государственного управления стала рассматриваться руководством и должностными лицами органов власти как неотъемлемое технологическое средство, обеспечивающее своевременную обработку запросов и способствующее выработке и принятию обоснованных решений.

Несмотря на развитие информационных технологий в России люди до сих пор не имеют возможности в полном объеме получать государственные и муниципальные услуги в электронной форме. Большое количество времени население получало только лишь образцы бланков и ряд информационных услуг. Запросы по Интернету о предоставлении различных справок и прочих документов, электронная очередь в детские сады, медицинские карты - все это начали использовать в жизни только пару лет назад.

Все это, из-за того, что формирование электронных услуг осложняется рядом трудностей. Первое, это существенные различия между органами государственной власти по качеству и количеству использования информационно - коммуникационных технологий. Второе, инфраструктура общего доступа населения к сайтам органов государственной власти, а также средства информационно-справочной поддержки и обслуживания населения были развиты недостаточно. Получение государственных услуг потребителями в большинстве своем требуют личного их обращения в органы государственной власти, что приводит к затратам времени и прочим неудобствам. Третье, была не сформирована инфраструктура, обеспечивающая информационную безопасность электронных форм взаимодействия органов государственной власти между собой и потребителями услуг.

В следствии этих проблем в 2010 году была принята новая редакция Федеральной целевой программы «Электронная Россия (2002- 2010годы)», где были собраны стоящие перед РФ цели, задачи и мероприятия по повышению качества и оперативности предоставления государственных и муниципальных услуг с помощью телекоммуникационных и информационных технологий [9].

Основным посылом было сокращение разрыва России и развитых стран в области информационных технологий. В задачи программы входило создание мощной телекоммуникационной структуры и построение экономической среды, ориентированной на потребление и экспорт телекоммуникационных услуг, а также подготовка почвы для внедрения технологий электронного правительства [8].

По факту, это стало результатом создания благоприятной информационной инфраструктуры для дальнейшего внедрения и усовершенствования долгосрочных целевых программ, которые приведут к созданию электронного. На сегодняшний день уже внедряется ряд программ, одна из которых «Информационное общество (2010-2021 годы)».

Одним из самых крупных проектов, который был реализован в рамках программы, является сайт по оказанию государственных услуг [10]. Портал является официальным источником информации о порядке предоставления государственных услуг, а также содержит в себе образцы документов. Вся информация на портале размещается региональными и федеральными органами власти РФ. Все услуги, находящиеся на портале, сопоставлены с конкретным регионом РФ. В карточке услуги содержится ее описание, информация о ее стоимости, сроках исполнения, также можно изучить бланки заявлений и форм, которые следует заполнить для обращения за услугой, ознакомиться с перечнем документов, необходимых для ее получения. Если по каким-либо причинам в предоставлении услуги было отказано или сроки ее исполнения были недопустимо

затянуты, то сведения об определенных законодательно условиях отказа в услуге и о возможностях обжаловать это решение можно найти в соответствующих рубриках.

В 2013 году Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации подготовило аналитическую информацию о работе Единого портала государственных услуг (ЕПГУ). Был составлен специальный рейтинг, который отображал пользователей сайта по регионам и другим критериям, а после этого так же был проведен анализ по популярности услуг и числу платежей.

Главным результатом работы портала стало увеличение числа зарегистрированных пользователей более чем в два раза. По результатам 2013 года этот показатель превысил 7,1 миллиона. В рейтинге развития электронных услуг ООН Россия перешла с 2011 по 2013 год с 59-го на 27-е место, это один из рейтингов, в котором Россия показывает высокую динамику в короткие сроки. По данным Минкомсвязи, одной из востребованных услуг среди населения стала проверка и оплата штрафов ГИБДД, вторая по запросам – проверка налоговой задолженности, следующая – выдача загранпаспорта нового образца. Статистические данные за 2013 год показали, что население Российской Федерации активно пользуются порталом государственных услуг [2].

Проанализировав статистику использования портала государственных услуг по регионам России выяснилось, что наиболее массовым спросом портал пользуется в Приморском крае (15,1 %), республика Мордовия оказалась на 69 месте из 83, и соотношение пользователей портала к общему населению составляет лишь 1,5 %. По мнению аналитиков Минкомсвязи такой негативный показатель определен экономической ситуацией и недостаточно активной работой властей в части популяризации портала.

По мнению директора департамента развития электронного правительства Минкомсвязи России Алексея Козырева, положение дел в субъектах во многом зависит от позиции властей. «Большинство популярных государственных услуг сегодня уже можно получать в электронном виде. Региональные власти должны уделять особое внимание вопросам их популяризации среди населения. Составленный нами рейтинг имеет большое значение. Мы планируем регулярно обновлять данные и ориентироваться на него в своей работе» [3].

Для анализа причины низкой позиции Республики Мордовия в рейтинге регионов по использованию портала государственных услуг, был проведен социальный опрос среди жителей Саранска. Из 50 респондентов возраста от 19 до 57 лет о функционировании Единого портала государственных услуг осведомлены – 41. Из них 36 респондентов узнали о портале только в сентябре 2013 года – феврале 2014 года. Это подтверждает факт низкой информированности населения о предоставлении услуг в электронном виде на период формирования рейтинга Минкомсвязи. Из 36 респондентов, осведомленных о портале, пользовались электронной услугой- 19, из них 12 респондентов - оказались удовлетворены электронной услугой портала, 7 респондентов – оказались недовольны услугой, так как в электронном виде оказалось возможным подать только заявление, а оформление остальных документов пришлось оформлять в соответствующих ведомствах.

Всего на начало сентября 2014 года на Едином портале государственных услуг было зарегистрировано более 30 000 жителей республики, что на 2.2 % больше по сравнению с июлем 2013 года (12300 пользователей). За 8 месяцев текущего года пользователи Мордовии отправили около 10 000 обращений на получение государственных услуг в электронном виде. Наиболее востребованными услугами стали: получение информации о наличии штрафов ГИБДД, получение заграничного паспорта нового образца, информация о состоянии лицевого счета в Пенсионном фонде, услуги ЗАГС [7].

Совершенствованию информатизации регионального управления способствует оптимизация структуры республиканского портала предоставления электронных услуг, а также реализация ряда республиканских программ, одна из которых – «Формирование информационного общества в Республике Мордовия в период до 2018 года».

Результаты и их обсуждения. Основной целью Программы является повышение качества жизни граждан за счет эффективного применения информационных и

телекоммуникационных технологий в деятельности предприятий и исполнительных органов государственной власти Республики Мордовия.

Программа разработана в соответствии с нормами и положениями федеральных и республиканских документов, регулирующих вопросы информатизации и определяющих государственную политику в сфере развития информационно-коммуникационных технологий. При разработке особое внимание уделено обеспечению проведения в 2018 году в Саранске матчей Чемпионата мира по футболу.

Все программные мероприятия объединены в шесть основных подпрограмм:

- «Применение технологий информационного общества для социально-экономического развития Республики Мордовия и приоритетного развития ИТ- отрасли»;
- «Развитие инфраструктуры информационного общества в Республике Мордовия»;
- «Внедрение спутниковых навигационных технологий с использованием системы ГЛОНАСС и других результатов космической деятельности»;
- «Создание и развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры комплексной системы обеспечения безопасности жизнедеятельности «Интеллектуальный безопасный регион»;
- «Обеспечение информационной безопасности республиканских государственных информационных систем и инфраструктуры электронного правительства» [5].

Результатами реализации мероприятий Программы должны стать рост качества жизни населения, опережающее развитие экономики Республики Мордовия и повышение эффективности расходования бюджетных средств за счет оказания государственных услуг и выполнения государственных функций в электронном виде.

Данная программа уже реализуется несколько лет, поэтому можно подвести некоторые итоги. В докладе министра информатизации и связи Республики Мордовия на заседании Правительства Республики Мордовия 18 августа 2014 г. Соколова Олега Александровича было обозначено, что во всех многофункциональных центрах республики уже внедрена автоматизированная информационная система многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг. На официальном сайте органов государственной власти Республики Мордовия создан раздел для публикации открытых данных органов региональной власти [6]. А для дальнейшего развития межведомственного электронного документооборота и перехода на безбумажный документооборот разработан проект постановления Правительства Республики Мордовия «Об утверждении Положения о межведомственном электронном документообороте» [4].

Заключение. Таким образом, исходя из вышеизложенного, следует отметить, что все меры по внедрению информационно – коммуникационных технологий, проводимые государственными, региональными и муниципальными властями не только обеспечивают открытость работы государственных служб, ведомств, исключая бюрократию и коррупцию, не только экономят время на операциях с документами, но и имеют прямой экономический эффект. В России только обработкой документов занято около 400 тыс. госслужащих, временные затраты граждан на ходьбу по инстанциям составляют от 3 до 4 млрд. человеко·часов в год, а каждый документ копируется до 20 раз. Поэтому применение информационных технологий позволит экономить до 30 млрд. руб. в год.

В заключении хотелось бы отметить, что информационные технологии постепенно становятся незаменимым инструментом управления в самых различных областях управленческой деятельности.

Литература

1. Информационные технологии управления [электронный ресурс]: учебное пособие / юнити-дана – 2002. режим доступа: <http://www.irkinfo.ru/informatsionnye-tekhnologii-upravleniya-str211.html>
2. Минкомсвязь России [электронный ресурс]: официальный сайт министерства связи и массовых коммуникаций. режим доступа: <http://minsvyaz.ru>

3. Минкомсвязь России составила рейтинг использования портала государственных услуг во всех регионах РФ [электронный ресурс]: официальный сайт министерства связи и массовых коммуникаций. режим доступа: http://minsvyaz.ru/ru/news/?id_4=43838
4. Постановление правительства республики Мордовия от 18 августа 2014 г. n 386 "об утверждении положения о межведомственном электронном документообороте" [электронный ресурс]: гарант: [сайт информ.-правовой компании]. – режим доступа: <http://ivo.garant.ru/document?id=8943319&bypara=1&sub=null>
5. Постановление правительства республики Мордовия от 23 сентября 2013 года №421 «Формирование информационного общества в республике Мордовия в период до 2018 года» [электронный ресурс]: гарант [сайт информ.-правовой компании]. – режим доступа: <http://ivo.garant.ru/document?id=8929089&bypara=1&sub=null>
6. Республика Мордовия [электронный ресурс]: официальный сайт органов государственной власти режим доступа: <http://www.e-mordovia.ru>
7. «Ростелеком» выдал жителям Мордовии коды от портала государственных услуг [электронный ресурс]: городской интернет-портал. режим доступа: <http://pg13.ru/business/view/126>
8. Федеральное государственное унитарное предприятие [электронный ресурс] : электронные торги и безопасность. режим доступа: <http://www.fgup-etb.ru>
9. Электронная Россия (2002–2010 годы) [электронный ресурс]: постановление правительства РФ от 28.01.2002 г. № 65 – режим доступа : <http://infopravo.by.ru/fed2002/ch09/akt26639.shtm>
10. Электронное правительство [электронный ресурс]: портал государственных услуг российской федерации. режим доступа: <http://www.gosuslugi.ru>

ПРОБЛЕМА ПОИСКА ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ КАДРОВОЙ РАБОТЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ: ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА

И.Э. Надуткина

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры социальных технологий НИУ «БелГУ»*

С.А. Компаниец

старший преподаватель кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»

Аннотация. Рассматривается проблема, стоящая перед образовательными учреждениями, когда необходимо осуществить организованный и качественный процесс подготовки и переподготовки кадров для государственной и муниципальной службы, где программа их обучения органически вписывалась бы в соответствующий этап их деятельности и отвечала бы потребностям конкретной сферы деятельности и каждого конкретного рабочего места

Ключевые слова: прогнозирование потребности, государственные и муниципальные служащие, подготовка квалифицированных кадров, управление, потребности региона

Прогнозирование потребности в квалифицированных кадрах для органов государственного и муниципального управления, безусловно, остается в центре внимания органов власти и управления при рассмотрении проблем их подготовки, переподготовки, повышения квалификации. Актуализация данной задачи является делом всего интеллектуального сообщества региона [1]. Известно на государственную и муниципальную службу, как правило, принимаются специалисты различных областей экономики, социальной сферы, представители бизнес-структур, молодые ученые. При этом в требованиях отмечается, что квалифицированный служащий должен владеть знаниями управленца, менеджера, т.е. иметь управленческую подготовку, полученную в

специализированном Высшем учебном заведении, иметь опыт работы в трудовом, учебном коллективе, в бизнес-структурах. Мотивирующее значение государственного и муниципального служащего, состоящего, либо на службе, либо в управленческом кадровом резерве возрастает, когда работа с ним носит открытый системный характер и этому должна в полной мере способствовать открытая кадровая политика. Решить данную задачу достойно возможно, тем более видится, что большая часть ее лежит в укреплении взаимосвязи региональной, муниципальной власти и системы образования.

Продолжается достаточно активная работ по поиску методов для выработки наиболее эффективных методов организации кадровой работы среди государственных и муниципальных служащих на местах. Поэтапная реализация Программ, дает возможность как накопить некоторый позитивный опыт, что в свою очередь позволит проводить корректировку программ и, следовательно, можно более тщательно прогнозировать стратегию и перспективы дальнейших позитивных изменений в кадровой работе с топ-менеджерами администраций. Очевидно, позитивный результат будет проявляться как в указанном направлении по работе с персоналом государственной и муниципальной службы, так и в целом произойдут позитивные изменения в социальной среде региона. Так, например, за последние годы в администрации Белгорода была подготовлена городская целевая программа «Муниципальные кадры», которая последовательно реализуется. В программе основное внимание уделяется изучению, оценке сложившейся практики управленческой деятельности, трансформации имеющегося опыта, и что особенно важно, реализуются наработки в области технологий организации работы с кадрами на среднесрочную перспективу [2].

Отмечая еще одну особенность среди проблем развития интеллектуальной активности административной среды, отметим, что организация совместных усилий членов общества для решения социально значимых проблем предполагает рационально обоснованную профессиональную деятельность по управлению этими процессами в образе нового социального субъекта - государственных служащих, объектом и продуктом труда которых является сложнейшая и объемная информация, их работа требует глубоких знаний в области теории, практики и искусства управления, психологии, правил и процедур делового администрирования и делового этикета. Несомненно, что эти специалисты должны быть всесторонне образованы, обладать высокой культурой, ораторским искусством и всегда помнить о том, что они являются представителями высшей, государственной власти [3]. В Белгородской области понимают значимость и отдают должное внимание вопросам работы с кадровым составом, тем более значительное внимание уделяется кадровому резерву. Работа строится на основе проектного управления, с учетом требований заложенных в региональную инновационную политику, в основе которой актуализируется идея создания благоприятных условий среды для нововведений [2, 3]. Целью работы с кадровым резервом – является обеспечение органов государственного, муниципального управления управленческими кадрами высокой квалификации, отвечающим потребностям времени.

Однако, проведя определенный анализ состояния организационной культуры государственных служащих, отметим, что у определенной части работников госслужбы проявляется, причем в самых разных формах, некий психологический барьер. Специалисты с большим стажем и опытом работы, т. е. по большому счету профессионалы своего дела подчас не проявляют готовности к инновациям в организационной управленческой деятельности. Молодые работники, вчерашние выпускники, проявляющие энтузиазм и готовность работать, не всегда получают необходимый положительный результат из-за некомпетентности, недостаточности профессиональной подготовки, причем именно в сфере управленческой, менеджерской деятельности [5, 7].

В связи с чем актуализируется вопрос обучения кадров, которое должно быть сразу ориентировано на профессиональную деятельность, накопление уже во время учебы опыта

практической работы, накопление знаний должно сочетаться с освоением опыта коллективной работы [5].

Есть мнение, и мы с ним скорее согласимся, что результативность учебного процесса складывается из следующих основных компонентов: во-первых, приращение знаний должно сопровождаться ростом профессионального сознания; во-вторых, только с привлечением современных научных методов и инновационных технологий должно происходить формирование умений решения профессиональных задач; и в - третьих, особого внимания требует работа по повышению уровня психологической готовности к профессиональной деятельности, что требует установки на постоянное самосовершенствование.

Отметим такую особенность - значительная часть активных методов обучения предполагает работу в группе, что в свою очередь позволяет развивать способности к генерированию идей, навыкам коммуникаций, творческих способностей, умению делового общения, возможности выхода из конфликтной ситуации. Поставленные задачи в свою очередь определяют еще одну значимую составляющую учебного процесса. Организация рационального процесса обучения предъявляет новые требования к педагогу, который должен не столько являться носителем информации, сколько выполнять функцию управления, регулирования процесса обучения на основе развития интеллектуальной активности, творческой инициативы, дальнейших стимулов к учебе. Учитываться должны индивидуальные интересы, уровень подготовки, готовности к обучению. Методически верно организованное занятие включает в себя определение и отработку основных понятий и категорий, анализ закономерностей изучаемого явления, на занятии формируются навыки анализа общественных процессов, творческий процесс включает прогнозирование возможных последствий принимаемых решений, на основе освоения методики исследования конкретной ситуации, отрабатываются возможные методы работы с людьми, способы индивидуальной саморегуляции, готовность принимать нестандартные решения в нестандартной ситуации. Наиболее эффективными формами проводимых занятий, активизирующими потенциал студентов и слушателей, могут стать в том числе, применяемые в учебном процессе комбинаторно ролевые и деятельностные игры, профессиональный тренинг, групповая дискуссия, варианты "круглых столов", "мозговых штурмов" по отдельным проблемам, индивидуальных практикум, открытая беседа, анализ конкретной ситуации, варианты "кейз-стадии" и др.

Поиск методов для выработки наиболее эффективных методов организации кадровой работы среди государственных и муниципальных служащих на местах должен в быть сопряжен с учетом того, что наименее проработанными в теории государственного управления и обычно не применяемых на практике, является вопрос об оценке и измерении управленческой деятельности.

Это более чем странно, поскольку обществу в целом, каждому управляющему, да и управляемому нужно знать, что же получится в итоге из затрат на управление и осуществление всех его решений и действий [8].

Одна из актуальных проблем оценки работы служащих - объективность критериев ее оценки. Вместе с тем принуждение уже не рассматривается как единственный инструмент воздействия на работников, безответственно относящихся к исполнению своих должностных (служебных) обязанностей. Из возросших требований общества и его граждан к работе государственного аппарата вытекает необходимость разработки современных не только количественных, но и качественно новых показателей работы государственных служащих, формирования у них позитивной мотивации к труду.

Важнейшим условием применения принуждения к служащим государственного аппарата может рассматриваться комплексная оценка результатов работы, а также соблюдение его персоналом требований должностного и административного регламентов, иных нормативных правовых актов. Эти показатели могут сигнализировать о неудовлетворительном состоянии дел в отдельно взятом государственном органе, его

структурном подразделении или в работе конкретного должностного лица, и, следовательно, возникает необходимость оперативного вмешательства в деятельность, отмеченную низкими результатами, включая привлечение виновных лиц к ответственности.

В настоящее время в оценке работы государственных служащих предпочтение отдается использованию количественных показателей, что объясняется относительной независимостью этих показателей от субъективного фактора, но лишает их свойства системности и критерия качественного обобщения. Следовательно, в оценке эффективности работы нужны пропорции между количественными и качественными показателями, так как количество, как известно, имеет свойство перерасти в качество.

Оптимальное сочетание количественных и качественных показателей работы позволяет взвешенно подойти к анализу оснований привлечения виновных лиц к соответствующему виду юридической ответственности и тем самым обеспечить ее неотвратимость.

Качественными показателями служебной деятельности рассматриваются: уровень жизни граждан и социальное благополучие в регионе; степень их доверия к власти и состояние законности; удовлетворенность лиц, обращающихся в органы публичной власти, организацией работы с поступающими письмами, жалобами и заявлениями; доступность для населения должностных лиц; взаимодействие органов власти со СМИ; осуществление профилактических мероприятий и их результативность; соблюдение государственным служащими морально-этических требований.

Вместе с тем, критерии оценки работников могут быть следующими: объем работы; качество работы; отношение к гражданам, обратившимся в государственный орган; взаимоотношения с другими работниками; соблюдение установленных предписаний, требований и правил, дисциплинированность; обладание способностями и навыками, в т.ч. выходящими за рамки должностных обязанностей; инициативность, стремление взять на себя большую ответственность. Количественные показатели, используемые в качестве индикаторов применения соответствующего вида юридической ответственности, должны основываться: на статистических показателях уровня и динамики правонарушений, включая коррупционные проявления; отчетности о служебной и исполнительской дисциплине, включая дисциплинарную практику; показателях кадровой работы (высокая текучесть или ее отсутствие, уровень квалификации работников и т. п.); результатах служебной аттестации государственных служащих; анализе фактов конфликтных ситуаций и их численности, рассмотренных комиссиями по служебным спорам, и т. п.

Анализ существующих научных положений позволяет рассматривать оценку эффективности служебной деятельности в качестве обобщающей категории, основанной на системе объективных показателей результативности работы государственных служащих, на оценочных суждениях экспертов, формирующих целостное представление об исполнении персоналом служебных обязанностей, о состоянии законности и дисциплины, о степени удовлетворенности граждан качеством оказываемых им государственных услуг.

В настоящее время имеются научные наработки оценки эффективности служебной деятельности, основанные на сочетании стимулов и ответственности как руководителей, так и подчиненных за достижение целей и результатов служебной деятельности. Несомненно, что эти специалисты должны быть всесторонне образованы, обладать высокой культурой, ораторским искусством и всегда помнить о том, что они являются представителями высшей, государственной власти [9]. Специфика оценки эффективности государственно-служебной деятельности заключается и в том, что ее результат может быть весьма отдален во времени от принятых мер, определяемых по схеме "действие - результат". Так, например, именно благодаря профессионализму представителей различных комитетов осуществлялась постоянная работа по различным направлениям, в том числе организации исполнения наказов избирателей, полученных депутатами в ходе предвыборной кампании [4]. В последнее время в системе государственной службы существенно ослабла функция

контроля за деятельностью чиновничества со стороны государства в лице его специализированных контрольно-надзорных органов и, что тревожнее всего, со стороны демократических институтов общества. Для качественной оценки эффективности государственно-служебной деятельности насущной проблемой становится осуществление постоянного мониторинга за исполнением предписаний действующего законодательства и поручений должностных лиц государства специализированными государственными структурами. Эпизодические проверки, как показывает жизнь, не решают в полной мере проблему выявления правонарушений в сфере государственной службы.

Следовательно, нужно выстраивать систему постоянно действующего вневедомственного контроля, опирающегося на здоровые силы общества. Прежде всего, необходимо изменить саму идеологию ответственности и культуру поведения служащих. Очевидно, что стимулирование ответственного отношения к исполнению служебных обязанностей, самоконтроля и поощрения позитивных личных качеств принесет более ощутимые результаты, чем акцент на ужесточение наказаний. Механизм ответственности должен функционировать постоянно через систему мониторинга исполнения законов и служебных заданий. В этом случае он обеспечит опережающее воздействие на неустойчивых лиц, предостерегает их от многочисленных соблазнов, которые предоставляет служебное положение. В идеале нужна система показателей работы, обеспечивающая условия, при которых нарушать юридические и нравственные нормы становится невыгодным во всех отношениях.

Таким образом, ограничиваясь рамками статьи, отметим, что с учетом перечисленных основных особенностей и требований, предъявляемых сегодня к государственным и муниципальным служащим, перед образовательными учреждениями стоит весьма непростая задача [5, 6, 7]. Задача осуществить организованный и качественный процесс подготовки и переподготовки кадров, где программа их обучения, переобучения либо повышения квалификации органически вписывалась в соответствующий этап деятельности государственной и муниципальной службы в целом и отвечать потребностям конкретной сферы деятельности и каждого конкретного рабочего места. При этом необходимо учитывать, что серьезным противоречием в будущем может стать разорванность профессионального и личностного развития госслужащего. Оптимизация методических основ процесса обучения в системе профессионального переобучения/профессиональной переподготовки, повышения квалификации государственных служащих возможна при такой организации, которая обеспечит формирование и поддержание у слушателей устойчивого интереса к учению через осознание значимости изучаемого материала для будущей работы и карьеры.

Литература

1. Бабинцев В.П., Надуткина И.Э., Сапрыка В.А. Экспертное сообщество как субъект гражданского участия в регионе// Власть. - 2014. №7. - С. 3-9.
2. Астахов Ю.В. Современные кадровые технологии: от теории к муниципальной практике: монография / Ю.В. Астахов – Белгород: обл. тип., 2010. – С.103.
3. Надуткина И.Э., Шовгеня С.А., Ресурсное обеспечение проектной инновационной деятельности в регионе// Среднерусский вестник общественных наук (научно-образовательное издание. - 2011. - №4. - С.161-168.
4. Гайдукова Г.Н. Краудсорсинговый потенциал и барьеры его использования в практике муниципального управления // Управление городом: теория и практика. 2014. № 2 (13). С. 84-89.
5. Быхтин О.В., Задорожнюк И.Е. Вузы региона: управленческие инновации // Социология образования. 2016. № 2. С. 30-45.
6. Шовгеня С.А. Взаимодействие вузов с региональным сообществом: расчет рисков инновационных проектов в вузах. В сборнике: Наука, Техника, Инновации 2014 сборник статей Международной научно-технической конференции. Под общей редакцией А.Л. Сафонова. Брянск. 2014. С. 431-435.

7. Быхтин О.В., Сапрыка В.А., Шмигирилова Л.Н. Совместные программы и проекты в сфере науки и образования как способ инновационного развития приграничных регионов // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. 2011. № 2. С. 348-352.

8. Атаманчук, Г.В. Государственное управление (организационно-функциональные вопросы) [Текст] / Г.В. Атаманчук. - М.: Изд-во РИФ, 2005. - 248 с.

9. Надуткина И.Э., Трапезников С.В., Шовгеня С.А. Региональная специфика корпоративной культуры инновационно-ориентированной организации// Этносоциум и межнациональная культура. 2010. № 7 (31). С. 126-135.

РОЛЬ ТРЕТЬЕГО СЕКТОРА В РАЗВИТИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В ГЕРМАНИИ И РОССИИ

Р.Н. Первякова

*аспирант кафедры «Социологии управления» ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»
pervya.com@mail.ru*

Аннотация. В статье проведен сравнительный анализ немецкого и российского гражданского общества, рассмотрена деятельность международных общественных организаций, дана оценка их роли в развитии третьего сектора Германии и России.

Ключевые слова: гражданское общество, третий сектор, некоммерческая организация (НКО), организация гражданского общества, общественная организация.

Введение. Заметный рост внимания к общественным объединениям во всем мире обусловлен их значительным вкладом в социальное развитие и гармонизацию отношений между общественными институтами и государственными органами. В последние годы в Германии гражданское общество и гражданское взаимодействие получили большое внимание, отражающее общественные и политические ожидания. В России, за последние несколько лет, наблюдается динамичность в развитии третьего сектора. Государство предпринимает попытки взаимовыгодного сотрудничества с данным сектором. Но несмотря на положительную динамику, сохраняется недоверие граждан к работе организаций. Более благополучно чувствуют себя организации с международной поддержкой.

Методы и организация исследования. Многие современные авторы исследовали проблемы развития третьего сектора в различных странах. Немецкий исследователь Улла Папэ проанализировала благосостояние общественных организаций в Германии [6]. Российский социолог Ю.А. Скокова провела исследования в области некоммерческого сектора, гражданского общества и общественных движений в Российской Федерации [7]. Также проблемами развития и функционирования некоммерческого сектора занимались Барбара фон Ов-Фрайтаг, Ж.Д. Цыбикдоржиева, Д.Н. Нечаев, А. В. Бабушкин и др.

Однако, не смотря на столь значительный вклад в исследования некоммерческого сектора российский и немецких ученых необходимо, на наш взгляд, рассмотреть и проанализировать деятельность гражданского общества в международных общественных организациях, осуществляющих деятельность в странах развитой демократии и постсоветского пространства на примере Германии и России.

Результаты и их обсуждение. Гражданское общество в Германии, понимаемое как социальная самоорганизация, имеет место не только в организациях третьего сектора, но также в инициативах, движениях, протестах и сетях.

Организации гражданского общества используются синонимично с организациями третьего сектора. В разных источниках встречаются понятия гражданское общество,

«третий сектор», гражданская активность. Несмотря на различие понятий, суть сводится к тому, что активное гражданское общество образует третий сектор. Немецкие политологи придерживаются мнения, что первый сектор – это власть, второй – бизнес [3]. Третий сектор включает некоммерческие негосударственные организации, выходящие за рамки рынка и государства. Первые объединения были основаны в 1760-х годах, последующее десятилетие, стало настоящим «клубным бумом». В первой половине XIX века появилось широкое распространение патриотических и читающих обществ, в которых возникла буржуазная общественность, как благородный, но все же самый влиятельный социальный класс [13].

С 1970-х годов в Германии растет осознание пределов и уязвимости государства и рынка, на этой почве постоянно растут научные, политические и общественные дебаты по вопросам гражданского участия, третьего сектора и гражданского общества. Гражданское общество выступает за идею, воплощенную во многих сферах немецкого общества, что граждане сами формируют свою жизнь и свое общество [12].

Организации третьего сектора являются важной частью системы гражданского участия в Германии. Хорошо известно, что количество клубов и фондов неуклонно растет. Анализ реестра «Zivilgesellschaft in Zahlen» (ZiviZ) «Гражданское общество в цифрах» (совместная инициатива, запущенная в 2008 году, предоставляет ориентировочные и трендовые знания в области исследований гражданского общества, ориентированных на данные) с 2012 года показал, что в Германии существует 616 154 организаций третьего сектора – это более 50 000 организаций, которые были организованы более 20 лет назад [14].

Большинство немцев вовлечено в общественную или другие благотворительные организации. Почти каждый второй немец является членом хотя бы одного объединения. Только в Берлине вносят в реестр по два клуба почти каждый день с 2012 года, что, конечно же, нельзя считать независимым от демографических тенденций в столице. Сегодня в Германии существует больше некоммерческих организаций, чем когда-либо прежде. Это подтверждается опросом ZiviZSurvey 2017. Почти 95 % некоммерческих организаций являются ассоциациями, но также укрепляются фонды и кооперативы, и другие формы организации. Спортивный сектор является крупнейшей зоной организаций, в котором состоят 22 % клуба от всего количества. Из них 32 % (около 133 000) клубов говорят, что их число членов растет. Число ассоциаций, представляющих интересы граждан, составляет 51 % [15].

Мотивация добровольцев в благотворительной организации – это не то, что большинство добровольцев получают от конкретной работы, более важным является стать частью сообщества. Являешься ли ты тренером в спортивном клубе или участником оркестра, пожарным или помощником беженца, волонтером-фельдшером или политическим активистом – каждое участие происходит в социальном контексте. Решение участвовать всегда является решением сделать это участие частью своей жизни. Таким образом, самопонимание, разделяемое теми, кто участвует в клубе, фонде или другой благотворительной организации, является ключевой основой для понимания людей как части сообщества, для сопоставимых ожиданий их собственных обязательств и достижения общих целей [14].

Начальный бум последних двух десятилетий не был одинаковым во всем третьем секторе Германии. Прежде всего, наиболее активными считались области общественных интересов, здравоохранения, международной солидарности и образования. Около 40 % организаций в этих областях были созданы после 2000 года. Многие общества были созданы до Второй мировой войны: это касается 30 % спортивных клубов и 27 % организаций в области досуга, и 51 % общественных организаций гражданской защиты населения. Аналогичная ситуация наблюдается и в жилищном секторе: почти каждый второй кооператив восходит к 1945 году. Только 18 % были основаны после рубежа тысячелетия. В целом, социальные услуги, здравоохранение, образование и

профессиональная подготовка, остаются все более привлекательными сферами деятельности для гражданского участия.

Таким образом, можно утверждать, что наличие и активная деятельность данных организаций заставляет власть Германии признать гражданское общество своим равноправным партнером и не может не считаться с ним, т.к. невозможно игнорировать каждого второго немца, являющегося членом хотя бы одной организации [13].

В России некоммерческий сектор состоит из разнообразных форм некоммерческих организаций: благотворительные и правозащитные фонды, союзы промышленников и частные школы. Журналист, руководитель неформального сообщества «Клуб молодых журналистов» Н. Баранова в статье «Что такое некоммерческая организация и как она устроена» проанализировала понятия и виды НКО [4].

Некоммерческая организация (НКО) – это организация, не имеющая извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющая полученную прибыль между участниками. Такое определение НКО дано п.1 ст. 2 федерального закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» [1].

За последние два-три года произошел поворот государства к «третьему сектору». НКО уже стали партнерами госорганов в предоставлении гражданам социальных услуг. Но вклад НКО в российский ВВП по-прежнему мал – около 1 %, а занято в «третьем секторе» лишь 1,1 % экономически активного населения. В России зарегистрировано 224,5 тысяч НКО, из них более 140 тысяч – социально ориентированные (СО НКО). Но активны только 10-15 % от общего числа НКО [10].

Директор некоммерческой организации «Инфокультура» Иван Бегтин в статье «Как устроен некоммерческий сектор в России» рассмотрел несколько видов некоммерческих организаций, попадающих в базовые формы, но принципиально разные по деятельности и своей природе.

Он выделил следующие формы НКО:

- спортивные организации;
- организации государственные агенты;
- образовательные организации;
- общественные СМИ [5].

Что же касается Германии, то наблюдается динамика создания организаций в центральных сферах, например, в области защиты окружающей среды или международной деятельности. Увеличение числа членов организаций третьего сектора свидетельствует о том, что он прочно вошел в жизнь людей и во многих областях предоставляет косвенные свидетельства способности общества к самоорганизации. Россия несмотря на отставание в развитии третьего сектора, старается догнать упущенные годы в становлении и формировании гражданского общества. Основным достижением является усовершенствование нормативно-правовой базы, регламентирующей деятельность НКО. Для более детального анализа деятельности отдельных НКО на территории Германии и России рассмотрим несколько примеров.

Каритас (Caritas) – название 154 национальных католических благотворительных организаций, работающих в 198 странах и регионах мира, объединенных в международную конфедерацию «Каритас Интернационалис» («CaritasInternationalis»). Целью организации Каритас является практическая реализация социальных услуг, гуманитарной помощи и развитие человека на основе католического христианства. Все началось в ноябре 1897 года, когда богослов Лоренц Вертманн в Кельне призвал основать Ассоциацию Каритас, чтобы предотвратить неизбежную фрагментацию католических служб социального обеспечения. Немецкая ассоциация Каритас признана немецкими епископами, католической благотворительностью, а также как федерация бесплатного социального обеспечения она вмешивается в общественно-политическую дискуссию и выступает за справедливое и солидарное общество.

«Видеть беды и действовать» – это лозунг штаб-квартиры Германской ассоциации Каритас, который означает: называть социальные проблемы и их причины, раскрывать скрытые страдания и защищать тех, кто не может эффективно представлять свои собственные интересы. Штаб-квартира немецкой ассоциации «Каритас» влияет на политические решения, например, при разработке социального законодательства или основных условий социальной работы в Германии и Европейском союзе.

Тысячи людей, которые обращаются за помощью, например, кто страдает от нищеты, задолженности, болезни, инвалидности или наркомании и которые маргинализируются в немецком обществе, получают помощь от деятельности организации. Сегодня Каритас является крупнейшей благотворительной организацией в Германии.

В 1991 году в Сибири была создана Каритас Преображенской Епархии с центром в Новосибирске Российской Федерации. Организация начала свою работу с раздачи гуманитарной помощи людям, которые жили в эпоху сильнейших социальных потрясений. Организация реализует следующие программы: социальная служба помощи бездомным и остро нуждающимся людям; приют св. Николая; материнские обители и центры помощи семье; детские клубы; патронажная служба. Члены организации работают с заключенными, больными туберкулезом и ВИЧ-инфекцией, алкоголизмом и наркоманией, детьми-инвалидами и их родителями, мигрантами, пострадавшими в Чернобыле.

ВВЕ Федеральная сеть Гражданское взаимодействие (ВВЕ Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement) – это объединение субъектов гражданского общества, государства и бизнеса. Его всеобъемлющей целью является содействие гражданскому обществу и гражданскому участию во всех сферах жизни общества и политики.

Это открытая и прозрачная сеть с уникальным обзором участников и концепций гражданского участия во всех областях политики, бизнеса и гражданского общества, а также науки. Сеть видит себя платформой знаний и компетенций для гражданского участия.

В действующей редакции Устава ВВЕ от 22 ноября 2013 года говорится:

«... Сеть способствует гражданскому участию во взаимодействии гражданского общества / третьего сектора, государства и муниципалитетов, а также организаций из деловой и трудовой жизни. Все задачи и темы рассматриваются с точки зрения условий, требований и потребностей в реформировании гражданского общества / третьего сектора, государственной / местной и экономической / трудовой жизни в их взаимных отношениях».

Также устав, предусматривает следующие цели:

- усовершенствовать институциональную, правовую и организационную структуру гражданского участия;
- поощрять добровольчество во всех областях общества и политики;
- укрепить личную ответственность, участие и самоорганизацию граждан;
- развивать дружеские условия взаимодействия в организациях и учреждениях;
- усовершенствовать обмен опытом между странами, европейским и международным опытом в области гражданского участия;
- и прочее.

В качестве примера тесного взаимодействия НКО и органов государственной власти России рассмотрим НКО «Гражданский контроль», в сферу деятельности, которой входит общественный контроль, действующей в Санкт-Петербурге Российской Федерации.

В 1992 году группой правозащитников, юристов, журналистов, депутатов Государственной Думы РФ и Городского Совета Санкт-Петербурга была создана общественная правозащитная организация – «Гражданский контроль». Данная организация является членом Правозащитного Совета Санкт-Петербурга. Правозащитный совет проводит мониторинг нарушений прав человека в Санкт-Петербурге и информирует общественность о соблюдении прав и свобод человека и гражданина. Целью создания являлось содействие установлению контроля со стороны гражданского общества над деятельностью правоохранительных государственных органов – армии, милиции и спецслужб – для предотвращения нарушения ими конституционных прав граждан.

Были определены приоритетные направления деятельности «Гражданского контроля»:

- содействие судебной реформе (прозрачность судебных решений и деятельности судов),
- становление службы пробации,
- профессиональное развитие адвокатов в работе с клиентами и ведении дел в суде,
- противодействие ксенофобии и нетерпимости [9].

Еще одним примером активной деятельности в Российской Федерации в области общественного контроля является Центр независимых социологических исследований (ЦНСИ) – негосударственный исследовательский институт, который существует с 1991 года (в 1996 году получил статус автономной некоммерческой организации). Организация обладает развитой инфраструктурой и ресурсами, позволяющими успешно работать в трех основных направлениях:

- проведение социологических исследований;
- профессиональная подготовка молодых социологов;
- формирование сетей сотрудничества в сфере социальных наук.

Все направления деятельности Центра тесно связаны между собой. Вместе они образуют комплекс мер, направленных на формирование в постсоветской России профессионального сообщества социологов нового поколения, способного исследовать сложные социальные процессы в трансформирующемся обществе, на создание в России новой социологии. Основная стратегия ЦНСИ – развитие актуальных социальных исследований академического типа.

Федеральная ассоциация русскоязычных родителей (Bundesverband russischsprachiger Eltern) (BVRE) – являемся общенациональной зонтичной ассоциацией некоммерческих организаций, работающих во многих различных сферах социальной, культурной и образовательной деятельности. Все организации-члены разделяют цель равных возможностей для всех детей и подростков независимо от социального, религиозного и этнического статуса их семей. В частности, поддерживает тех русскоязычных семей в Германии, которые находятся в неблагоприятном социальном положении.

BVRE представляет мнения и интересы русскоязычных родителей в Германии, организованных в организациях-членах по различным темам на местном, государственном, федеральном и международном уровнях.

BVRE имеет четыре тематические области, в которых она в основном активна:

- образование для детей, подростков и родителей;
- доступ к трудоустройству;
- совместная жизнь поколений;
- политическое образование.

Прозрачность Германии (Transparency Deutschland) – работает на всей территории Германии, чтобы эффективно и устойчиво бороться с коррупцией. Государство, бизнес и гражданское общество должны работать вместе, чтобы сформировать коалиции. Организация признана некоммерческой и политически независимой. Основными принципами являются честность, подотчетность, прозрачность и участие гражданского общества. Цель состоит в том, чтобы повысить осведомленность общественности о вредных последствиях коррупции и укрепить системы целостности.

Прозрачность Германии была основана в 1993 году и в настоящее время насчитывает более 1200 членов, которые являются добровольцами в работе региональных групп. Основными компонентами работы Transparency Germany являются рабочие группы, которые выступают в качестве форумов для обмена идеями и разработки новых позиций и требований.

Транспарентность т.е. прозрачность также должна иметь более высокий приоритет в организациях гражданского общества. Инициатива гражданского общества в области

транспарентности в настоящее время насчитывает около 900 организаций, подписавших Конвенцию. По инициативе организации многие представители гражданского общества и академических кругов определили десять основных моментов, которые каждая организация гражданского общества должна публиковать.

Прозрачность Германии является национальным главой зонтичной организации Transparency International.

Transparency International – это некоммерческое партийное политическое независимое движение единомышленников со всего мира, посвященное глобальной борьбе с коррупцией. Transparency International была основана в 1993 году доктором Питером Эйгеном и его товарищами в Лондоне и Берлине, которая действуют на международном уровне.

Международный секретариат Transparency International в Берлине осуществляет глобальную работу организации. Он поддерживает и координирует работу национальных глав, которые сегодня действуют в более чем 100 странах.

Частью международного движения Transparency International является автономная некоммерческая организация «Центр антикоррупционных исследований и инициатив «Трансперенси Интернешнл – Р» («ТИ-Р») – российская некоммерческая организация, созданная в 1999 году. Участники организации исходят из того, что власть подлежит контролю со стороны общества и именно этот контроль является главным залогом прозрачности, подотчетности, порядочности и честности государственных органов. Цель организации направлена на освобождение от коррупции государства, политики, бизнеса, гражданского общества и повседневной жизни людей.

«ТИ-Р» реализует десятки проектов в различных сферах, например «Трансперенси» добилась увольнения сотен руководителей государственных и муниципальных унитарных предприятий. Калининградский центр «ТИ – Россия» проанализировал работу почти 9 тысяч унитарных предприятий федерального, регионального и муниципального уровня в 16 самых густонаселенных регионах России и обнаружили 568 случаев, в которых их руководители, вопреки закону, совмещали работу во ФГУПе, ГУПе или МУПе с частным бизнесом. В 310 случаях нарушения подтвердила прокуратура, еще 15 руководителей либо уволились из унитарных предприятий, либо вышли из бизнеса до принятия мер прокурорского реагирования [11].

Общество по защите народов, находящихся в угрожающем положении (Gesellschaft für bedrohte Völker) – это международная правозащитная организация, которая поддерживает находящиеся под угрозой исчезновения этнические культурные и религиозные группы меньшинств и общины коренных народов.

В ответ на военный конфликт в Украине организация открыла новый блог. «Украина Россия – хроника актуальных событий». Предоставление объективной информации о положении в области прав человека на территории восточной Украины, которая оказывалось в зоне военного конфликта. Причинами этого проекта были необходимость предоставления общественным и политическим кругам Германии достоверной информации о конфликте.

Сара Рейнке, специалист из Восточной Европе и России, руководитель офиса Berlin GfbV, ежедневно регистрирует ситуацию с правами человека в России и Украине каждый месяц с сентября 2014 года в этом блоге.

Заключение. Многие представители организаций гражданского общества (ОГО) в Германии оценивают ситуацию своих организаций как относительно безопасную и стабильную. Немецкие государственные учреждения не налагают никаких юридических ограничений на деятельность и не оказывают другого давления. Нормативная среда гражданского общества описывается большинством участников организаций как благоприятная или нейтральная.

В тех случаях, когда немецкие некоммерческие организации ссылаются на существующие проблемы, или это, как правило, связано с опасениями относительно

широкомасштабных тенденций развития общества, такими как влияние притока беженцев или рост популистских движений в Германии и других европейских странах. Большинство немецких ОГО были относительно удовлетворены ситуацией с точки зрения финансирования и существующей организационной системы.

Многие ОГО предложили свои идеи по улучшению гражданской ситуации в Германии. В целом, общественные организации хотят больше слышать от политиков: «Важно, чтобы добровольческая работа была признана и высоко оценена. Идея волонтерства должна поддерживаться». Многие ОГО также сообщают о необходимости укрепления инфраструктуры добровольцев и разработки новых механизмов для устойчивого финансирования.

Если организации гражданского общества могут поддерживать и решать свои проблемы, гражданское общество может играть важную роль в решении новых социальных проблем и во взаимопонимании в обществе, что особенно важно сегодня, когда немецкое общество сталкивается с серьезными изменениями [8].

Что касается Российской Федерации, то Общественная палата (ОП) в своем ежегодном докладе «О состоянии гражданского общества в РФ» сообщила о росте доверия к третьему сектору и проблемах российских НКО. ОП предлагает законодательно разграничить виды НКО, изменить систему статистики. Глава ОП Валерий Фадеев пояснил, что изменения нужны, так как «гражданское общество в условиях слабой экономики становится сердцем развития страны».

В докладе, который обсуждался на пленарном заседании ОП, говорится о том, что в РФ доминирует представление о третьем секторе как о единой совокупности организаций. Минюст и Росстат данные об НКО собирают «единым массивом», в итоге, отмечается в докладе, невозможно понять, чем именно занимаются НКО, в числе которых профсоюзные, корпоративные организации («Опора России», Торгово-промышленная палата), госкорпорации («Роснано», «Росавтодор»), благотворительные фонды и НКО, работающие с детьми, инвалидами, пожилыми людьми.

Сегодня регистрация и поддержание статуса НКО сложнее, чем регистрация и поддержание статуса предпринимателя. Проще открыть ООО, чем НКО, и нередко некоммерческие инициативы регистрируются как бизнес. С одной стороны, учитывая, что многие НКО собирают частные пожертвования и претендуют на государственную поддержку, это оправданно, с другой – для небольших социально ориентированных инициатив служит барьером при вхождении в сектор [2].

Проанализировав деятельность международных некоммерческих организаций на территории Германии и России можно сделать вывод, что, не смотря на значительные трудности в развитии третьего сектора в России и достаточное благополучие в Германии, гражданское общество двух стран независимо от менталитета стремится активно участвовать в управлении своим государством через организацию общественных движений. И что является немало важным, государствам стало сложно обходиться без деятельности НКО, власть старается поддерживать третий сектор, таким образом, переложив ряд обязанностей на активные группы граждан. Для взаимовыгодного сотрудничества властям придется высоко оценивать волонтерскую работу, предоставлять налоговые льготы, а также осуществлять справедливое финансирование НКО.

Литература

1. Федеральный закон Российской Федерации от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824/ (дата обращения: 11.10.2018).

2. Ежегодный Доклад Общественной палаты РФ «О состоянии гражданского общества в Российской Федерации за 2017 год» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oprf.ru/documents/1151/2529/> (дата обращения 11.10.2018).

3. Алексеева Л. Третий сектор / Л. Алексеева // Вестник школы гражданского просвещения. Общая тетрадь. – 2004. - № 30 (3) [Электронный ресурс]. URL: <http://otetrad.ru/article-1326.html> (дата обращения 11.10.2018).
4. Баранова А. Что такое некоммерческая организация и как она устроена / А. Баранова // Теплица социальных технологий. – 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://te-st.ru/2018/04/20/what-means-nonprofit-organisation/> (дата обращения 11.10.2018).
5. Бегтин И. Как устроен некоммерческий сектор в России. Часть 1 / И. Бегтин // Проект «Открытые НКО» 17 декабря 2017 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5a315e1300b3dd77beb64261/kak-ustroen-nekommercheskii-sektor-vrossii-chast-1-5a363ff08139ba06ba669bf7> (дата обращения 11.10.2018).
6. Папэ У. Германия относительно благополучие / У. Папэ // Доклад о состоянии гражданского общества в ЕС и России 2016. – 2016. [Электронный ресурс]. URL: www.eu-russia-csf.org (дата обращения 11.10.2018).
7. Скокова Ю. А. Россия: разобщенный некоммерческий сектор / Ю. Скокова // Доклад о состоянии гражданского общества в ЕС и России 2016. – 2016. [Электронный ресурс]. URL: www.eu-russia-csf.org (дата обращения 11.10.2018).
8. Циммер А. Доклад о состоянии гражданского общества в России // А. Циммер // Центр устойчивого развития Псковской области. – 2017. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.csdpr.ru/novosti/242-doklad-o-sostoyanii-grazhdanskogo-obshchestva-v-rossii-i-es/> (дата обращения 11.10.2018).
9. Гражданский контроль. Общественная правозащитная организация [Электронный ресурс]. URL: <http://www.citwatch.org/aboutus/> (дата обращения 11.10.2018).
10. Роль «третьего сектора» в экономики в социально-экономическом развитии // Материалы Петербургского международного экономического форума 2017, 26 мая 2017 г. – Санкт-Петербург: ТАСС, 2017. [Электронный ресурс]. URL: <http://tass.ru/pmef-2017/articles/4274113> (дата обращения 11.10.2018).
11. «Трансперенси» добилась увольнения сотен руководителей государственных и муниципальных унитарных предприятий, 8 февраля 2018 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://transparency.org.ru/special/transperensi-dobilas-uvolneniya-soten-rukovoditeley-gosudarstvennykh-i-munitsipalnykh-unitarnykh-predpriyatiy.html> (дата обращения 11.10.2018).
12. Krimmer, H. ZiviZ-Survey 2012 / H. Krimmer, J. Priemer // Zivilgesellschaft verstehen. – 2013. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ziviz.de/publikationen> (дата обращения 11.10.2018).
13. Rosenski, N. Die wirtschaftliche Bedeutung des Dritten Sektors / N. Rosenski // WISTA – Wirtschaft und Statistik. – 2012. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ziviz.de/publikationen> (дата обращения 11.10.2018).
14. Priemer, J. Weniger Subsidiarität, mehr Wettbewerb in der Zivilgesellschaft? / J. Priemer, H. Krimmer // Ziviz-Finanzierungsstudie 2015. – 2015. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ziviz.de/publikationen/finanzierungsstudie_2015 (дата обращения 11.10.2018).
15. Windau, B. Umfrage Zahl der gemeinnützigen Organisationen wächst / B. Windau, A.-L. Strakeljahn // Projektnachrichten ZiviZ-Survey 2017. – 2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/unsere-projekte/zivilgesellschaft-in-zahlen/projektnachrichten/ziviz-survey-2017/> (дата обращения 11.10.2018).

ГОТОВНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ К УЧАСТИЮ В МЕСТНОМ САМОУПРАВЛЕНИИ КАК ПРОБЛЕМА МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Е.В. Реутов

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»*

Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ. Грант "Ментальные неравенства как фактор социальной поляризации российской провинции" № 18-011-00474.

В системе публичного управления Российской Федерации местное самоуправление занимает особое место. Конституцией РФ декларируется его самостоятельность по отношению к государственному управлению, а его органы выведены из системы органов государственной власти (статья 12) [1]. В полном соответствии с буквой Конституции местное самоуправление трактуется и соответствующим Федеральным законом как "самостоятельное и под свою ответственность решение населением непосредственно и (или) через органы местного самоуправления вопросов местного значения исходя из интересов населения с учетом исторических и иных местных традиций" [2]. Таким образом, по крайней мере формально (терминологически и с правовой точки зрения), местное самоуправление не может функционировать вне значимой по своему масштабу и содержанию активности населения муниципалитетов, местных сообществ в определении приоритетов развития и участия в реализации местной политики.

Однако сложившаяся практика осуществления местного самоуправления в Российской Федерации, во-первых, не позволяет говорить о сколько-нибудь значительной его самостоятельности по отношению к государственной власти как федерального уровня, так и уровня субъекта федерации, и, во-вторых, показывает крайне спорадический характер непосредственного участия широких слоев населения в принятии решений по актуальным вопросам развития местных сообществ. И если первая проблема лежит в плоскости развития и функционирования политических институтов и определяется, прежде всего, балансом интересов административно-политических и экономических элит, то вторая, помимо институциональных ограничений, обусловлена особенностями социокультурной сферы общества и, следовательно, не поддается коррекции в средне- и, тем более, в краткосрочной перспективе.

Если говорить об институциональных барьерах, то сложившаяся к настоящему времени институциональная система, с одной стороны, поддерживает местное самоуправление в качестве самостоятельного звена публичной власти, но с другой, последовательно нивелирует многие формы потенциального влияния общественности на принятие ключевых для местных сообществ решений. Наиболее показательными примерами выстраивания институциональных барьеров на пути массового общественного участия являются повсеместный переход в российских муниципалитетах к институту сити-менеджеров в противовес всенародно избираемым главам администраций и постепенный уход от двухуровневой системы местного самоуправления - лишение сельских и городских поселений статуса муниципальных образований, поддержанное властями ряда регионов России.

Правда, "всплески" политизации общества и утрата полноты контроля за электоральной ситуацией в ряде территорий, вызванных пенсионной реформой, заставили вернуться к идее о прямых выборах глав муниципалитетов не только представителей оппозиции, но и системных политиков, стремящихся нарастить свою популярность у избирателей. Так, ввиду будущих выборов с достаточно неопределенным результатом об этом высказался врио губернатора Приморского края О. Кожемяко. Внесение же им в местное законодательное собрание соответствующего законопроекта показало, что федеральный центр, с которым данная инициатива, безусловно, была согласована, дает

разрешение на подобного рода отступление от первоначальной стратегии ради достижения тактических целей [3].

Устранение из институциональных основ местного самоуправления такой системной составляющей, как всенародные выборы главы исполнительной власти в значительной мере выхолащивает сущность местного самоуправления в части права граждан на формирование местных институтов власти и лишает его гибкости относительно балансирования между интересами граждан, с одной стороны, и корпоративных и властных структур, с другой. Можно также отметить, что лишение граждан хотя бы части электоральных полномочий консервирует ситуацию гражданско-политической аморфности общества и канализирует общественные установки в направлении патернализма. Проблема, однако, состоит в том, что государство охотно использует патерналистскую риторику, особенно, в ситуациях легитимационных вызовов, охотно задействует аргументацию, связанную с "незрелостью" общества, во внутривластном курсе, но в наиболее актуальных для россиян социально-экономических вопросах опирается исключительно на либеральные модели. Это отчетливо показала пенсионная реформа.

Между тем, проблема недостаточности общественного участия в местном самоуправлении имеет особую актуальность в нынешней ситуации, которая характеризуется, во-первых, делегитимацией фактически всех политических институтов и политической сферы в целом и, во-вторых, сжатием ресурсной базы публичной власти фактически на всех уровнях управления - и особенно - на местном. Стремление институтов центральной власти к жесткой централизации финансовых ресурсов зачастую перекрывает для региональных и местных сообществ возможные источники развития и служит дополнительным фактором деградации местного самоуправления.

Участие же граждан в местном самоуправлении в данной ситуации, соответственно, является одним из механизмов легитимации публичной власти, прежде всего, на муниципальном уровне, за счет относительно равномерного распределения ответственности за принятие управленческих решений между органами власти и структурами гражданского общества, в том числе - на низовом уровне территориального общественного самоуправления. Включенность населения в систему контроля за реализацией полномочий муниципальной власти и распределением ресурсов, а также стимулирование общественных инициатив позволяют также в ряде случаев минимизировать издержки на создание общественных благ и купировать многие каналы нецелевого использования ресурсов властью на местах.

И, главное, участие граждан в местном самоуправлении способствует формированию у населения набора организационных, коммуникативных и прочих компетенций, необходимых для образования и упрочения социальных связей, и существенно упрощает интеракции между муниципальной властью и сообществом, хотя и делает саму конструкцию муниципального управления намного более сложной и противоречивой.

Однако при этом нужно понимать, что процесс инкорпорации общественного участия в местное самоуправление неизбежно связан с осознанием и поиском способов решения ряда существующих и потенциальных проблем. Первая проблема - ключевая и наиболее очевидная – это *низкий уровень готовности населения к участию в местном самоуправлении и вытекающая из этого слабость самих практик общественного участия*. Как было уже отмечено выше, низкая готовность является следствием не столько административных и институциональных барьеров, но и социокультурных предпосылок - доминирующего в массовом сознании представления о "своей хате с краю" и априорной убежденности в безрезультатности индивидуальной активности, выходящей за пределы приватности. Гражданское участие в настоящее время не представляет собой массовый тренд социального поведения, что вполне объяснимо исходя из нескольких факторов.

Во-первых, это ограниченность и даже замкнутость индивидуального социального пространства большинства россиян. В основном это оно ограничено семейными и дружескими связями. Повседневные заботы, связанные с выживанием и сохранением привычного образа жизни для большинства россиян, доминируют в системе жизненных приоритетов. Подобная атомизация отражается не только на длине радиуса социальных связей и контактов, но отрицательно влияет на адаптационные практики, среди которых доминируют пассивные формы. Результаты мониторинга Левада-Центра (ноябрь 2017 г.) свидетельствуют, что социальная ответственность, даже на уровне деклараций, является установкой, разделяемой меньшинством россиян. Даже за то, что происходит в их доме и дворе в полной или значительной мере чувствуют ответственность чуть более трети респондентов - 36 % (причем, за год эта доля уменьшилась на 11 %). Еще меньше – 29 % – думают, что могут повлиять на ситуацию в доме или дворе. Ответственность за происходящее в городе / районе испытывают значительно меньшая доля респондентов – 14 %, а о возможном влиянии на него утверждают 9 %. В ретроспективе последних двадцати лет – это одни из самых низких значений ответственности и влияния на локальном и местном уровнях [4]. Общественному участию препятствуют не только административные и институциональные барьеры, но прежде всего, социальная апатия и неготовность большей части населения к самоорганизации и выходу за пределы частных жизненных практик. Эта социальная апатия является тактически выгодной местным властям, поскольку освобождает их от общественного контроля, но она же стратегически лишает местные сообщества многих стимулов и ресурсов для развития.

Во-вторых, установлению горизонтальных и вертикальных связей в местных и региональных сообществах, образованию устойчивых ассоциаций препятствует низкий уровень институционального и межличностного доверия. По данным Левада-Центра (сентябрь 2018 г.), ни один социальный институт с потенциалом влияния на развитие местных сообществ, за исключением благотворительных организаций, не обладает объемом доверия, превышающим треть населения. Так, российские благотворительные организации "вполне заслуживают доверия" с точки зрения 38 % респондентов (год назад - 34 %), не вполне или совсем не заслуживают - 44 % (год назад - 46 %); СМИ "вполне заслуживают доверия" с точки зрения 31 % респондентов (год назад - 30 %), не вполне или совсем не заслуживают - 62 % (год назад - 63 %); малый и средний бизнес "вполне заслуживают доверия" с точки зрения 30 % респондентов (год назад - 29 %), не вполне или совсем не заслуживают - 52 % (год назад - 56 %); профсоюзы "вполне заслуживают доверия" с точки зрения 24 % респондентов (год назад - 22 %), не вполне или совсем не заслуживают - 51 % (год назад - 55 %); региональные органы власти "вполне заслуживают доверия" с точки зрения 29 % респондентов (год назад - 31 %), не вполне или совсем не заслуживают - 61 % (год назад - 62 %); муниципальные органы власти "вполне заслуживают доверия" с точки зрения 27 % респондентов (как и год назад), не вполне или совсем не заслуживают - 63 % (год назад - 67 %) [5].

Следствием низкого уровня доверия в местных сообществах является слабость и дискретность социальных связей, нежелание со стороны населения участвовать в инициативах власти, и стремление со стороны власти купировать несанкционированную ей самой активность неорганизованных социальных акторов.

О наличии существенной дистанции между муниципальной властью и населением говорит тенденция к снижению уровня электорального участия. Если в г. Белгороде на выборы городского совета в 2013 г. пришли 25 %, то в 2018 г. - лишь 21,25 % [6]. Относительно высокий уровень избирательной активности в Белгородской области наблюдался лишь в муниципальных районах с преобладанием сельского населения, в которых, как правило, отсутствуют механизмы независимого наблюдения, сохраняется возможность жесткого административного контроля поведения избирателей и культивируется советская традиция отношения к выборам, как к празднику. В масштабах России высокая явка на муниципальных выборах остается прерогативой ограниченного

круга регионов с высокой управляемостью электоральным процессом - национальных республик, некоторых областей Поволжья, Кемеровской области. В Москве на муниципальных выборах 2017 года явка составила менее 15 % [7].

Мониторинг социального самочувствия населения Белгородской области, проведенный ОАУ «Институт региональной кадровой политики» в июле 2017 г. (N=1272 респондента), показал, что в тех или иных формах непосредственного гражданского участия на местном уровне (ТОС, сходы и собрания граждан, публичные слушания и др.) в течение последнего на момент опроса года участвовали около четверти респондентов (26,2 %). Лишь 12,1 % опрошенных признали себя участниками общественных организаций.

При этом нужно признать, что данные показатели являются крайне неустойчивыми и ситуативными, поскольку в значительной степени зависят от реализуемых муниципальной властью проектов и разовых акций, требующих массового участия для соответствия целевым показателям либо в целях легитимации. Из этой ситуации - слабой достоверности имеющихся объективных данных о реальном участии населения в местном самоуправлении и непонимания характера этого участия - вытекает вторая проблема - *диагностическая*. Готовность населения к участию в местном самоуправлении является переменной с очень приблизительными значениями ввиду отсутствия в подавляющем большинстве муниципалитетов системы ее мониторинга.

Между тем, развитие практик общественного участия в местном самоуправлении и реально, а не номинально действующего территориального общественного самоуправления невозможно без понимания ситуации, сложившейся к настоящему времени в регионах и муниципалитетах. Соответственно, изучение готовности населения к участию в местном самоуправлении и территориальном общественном самоуправлении представляет собой прикладную исследовательскую задачу, определяемую потребностями муниципальных образований в новых направлениях и ресурсах развития, минимизации административных издержек и формировании солидарных общественных отношений.

Социологическая диагностика готовности населения к участию в местном самоуправлении и территориальном общественном самоуправлении включает в себя комплекс исследовательских подходов к трактовке проблемы и сформированных на их основе блоков работ.

Для достижения ключевой цели и в рамках поставленных задач необходимо:

- определить характер и степень местной самоидентификации жителей региона, и субъективно воспринимаемую зону личной ответственности за ситуацию на микро- и мезоуровне социальных отношений;

- определить степень информированности жителей Белгородской области о существующих формах участия в местном самоуправлении и территориальном общественном самоуправлении, прежде всего, с целью понимания эффективности действующих каналов информирования и заинтересованности местных властей в подобном "просвещении" жителей;

- диагностировать уровень реального общественного участия и предпочтительные практики участия в местном самоуправлении и территориальном общественном самоуправлении, сформировать карту общественного участия по отдельным муниципальным образованиям, поселенческим и социально-демографическим группам;

- определить эффективность существующих институтов территориального общественного самоуправления на местах и уровень реальной включенности граждан в их функционирование;

- определить комплекс факторов, влияющих на включенность граждан в местное самоуправление и территориальное общественное самоуправление и выявить приоритетные факторы.

Результатом социологической диагностики должны стать, прежде всего, систематизированные факторы участия населения в МСУ, факторы формирования готовности населения к участию в МСУ, ТОС и других институциональных формах

общественного участия, на основе которых можно сформулировать рекомендации по коррекции существующей ситуации и приоритетных мерах по преодолению социальной апатии, с одной стороны, и стимулированию органов власти и общественных объединений к заинтересованному взаимодействию с населением.

Данные рекомендации должны стать основой для принятия управленческих решений, но, - и здесь мы видим третью проблему, связанную с готовностью населения к участию в МСУ - потенциал общественного участия может оказаться невостребованным местной властью либо в силу конфликта интересов власти и сообщества, либо из-за неспособности власти придать общественному участию современный институциональный дизайн.

И из этого вытекает третья и четвертая проблемы - *неготовность системы муниципального управления к инкорпорации практик массового участия и необходимость создания и поддержания функционирования институтов массового участия.*

Система муниципального управления в подавляющем большинстве российских муниципалитетов в настоящее время представляет собой совокупность групп интересов, находящихся друг с другом в отношениях конкуренции и ситуативного сотрудничества по поводу распределения ограниченного объема ресурсов. Среди этих групп наибольшим весом обладают: региональная власть, муниципальная бюрократия и руководство муниципальных учреждений, аффилированный с региональной и местной властью бизнес, как правило, представленный в составе муниципальных советов, верхушка узкого круга общественных объединений, допущенных к реализации региональных и муниципальных программ и проектов. При этом, как правило, четких границ между группами интересов не существует в силу постоянных трансферов их участников, но существует определенная система допуска (иногда жесткая, иногда - относительно мягкая) в сами эти группы. Естественно, включение в эту систему внешних акторов, во-первых, ставит под угрозу монополию региональной и муниципальной элиты на распоряжение ресурсами, и, во-вторых, потенциально расширяет круг бенефициаров управленческих решений. Ну и, как было отмечено ранее, инкорпорация общественного участия в муниципальное управление существенно усложняет процесс принятия решений - начиная от увеличения времени на различные согласования и заканчивая ростом их содержательной дифференциации.

Реальный, а не формальный общественный контроль над системой муниципальных закупок, реализацией муниципальных программ и проектов, бюджетных и градостроительных решений может нарушить сложившийся управленческий механизм, в котором четко расписаны все этапы, отлажен документооборот, заготовлены шаблоны итоговых документов. Причем, в ряде случаев, как, например, в системе государственных и муниципальных закупок власти действительно находятся в ситуации жестких временных ограничений и зачастую вынуждены нарушать сроки работ по благоустройству или строительству социальных объектов и подписывать акты о якобы выполненных работах из-за невозможности выделить финансовые средства, провести конкурсы и работы в течение календарного года. Вполне закономерно, что инкорпорирование общественного участия в данные сферы будет наиболее болезненно восприниматься со стороны власти, и именно здесь ею будут формироваться различные имитирующие общественное участие формы - такие как наблюдательные и общественные советы и пр., состоящие из представителей общественных объединений, ТОСов, получающих гранты из муниципальных и региональных бюджетов.

Между тем, благодаря требованиям к открытости государственных и муниципальных закупок анонимные и не анонимные представители интернет-аудитории получили возможность обнаруживать и обнародовать системные казусы, связанные с закупками. Так, целый ряд белгородских телеграм-каналов обнародовал факт проведения торгов на реконструкцию главной площади Белгорода после ее проведения [8]; местные СМИ по обращениям граждан опубликовали материалы о том, как администрация Белгородского района не желает вмешиваться в самовольное перепрофилирование

земельного участка, на котором вместо коттеджа собственник строит торговый центр, а публичные слушания по данному поводу хочет провести задним числом [9]; по ходу дискуссии в социальных сетях можно отследить реакцию граждан на планируемую администрацией Белгорода отмену троллейбусного сообщения [10]; благодаря сообщениям граждан власти муниципалитетов области при желании имеют возможность осуществлять мониторинг деятельности организаций ЖКХ и здравоохранения, выявлять проблемы в функционировании социальной инфраструктуры. И этот ряд сообщений и публикаций, иллюстрирующих заинтересованность граждан в общественном контроле деятельности местной власти на примере только Белгородской области и только за последние несколько месяцев, можно продолжать и далее.

И если совокупность факторов, связанных с развитием институциональных и технологических возможностей общественного контроля муниципального управления, ростом гражданской активности граждан и, возможно, доброй воли муниципальных властей к предоставлению общественности неформальных и, отчасти, формальных полномочий в выработке ключевых решений, продолжит оказывать воздействие на муниципальное управление, перед его участниками встанет проблема реинституционализации участия населения в МСУ, то есть создания и поддержания функционирования институтов массового участия в МСУ.

Наиболее перспективными направлениями реинституционализации участия населения в МСУ в существующих условиях могут быть:

- развитие (там, где они есть) или создание интерактивных технологических платформ, инициирующих и поддерживающих вертикальные и горизонтальные коммуникации в местном сообществе. В настоящее время далеко не все муниципалитеты обладают поддерживаемой местной администрацией системой электронной коммуникации по типу "Активного горожанина" в Белгороде. В остальных муниципалитетах региона функции вертикальной и горизонтальной коммуникации с разной степенью эффективности выполняют местные интернет-сообщества и отчасти телеграм-каналы. В настоящее время в региональном сегменте Рунета действуют такие сообщества, как: «Подслушано Алексеевка», «Белгород – это интересно», «Белгород. Сейчас», «Публичный Старый Оскол», «Подслушано в Новом Осколе», «Короча наизнанку», «Шепот Шебекино», «Подслушано Валуйки» и другие. Территориальные интернет-сообщества региона неоднородны по качеству и направленности. Группы с активным администрированием отличаются в выгодную сторону по регулярности публикаций и качеству контента. Также в них занимают большой объем материалы общественно-политической направленности. И если ставить задачу повышения готовности населения к участию в МСУ, то местные сообщества должны рассматриваться муниципальными администрациями в качестве значимого ресурса обратной связи и в данном качестве - поддерживаться финансово и информационно. Начавшаяся несколько лет назад практика встреч глав местных администраций с блогерами и администраторами социальных сетей в последнее время в большинстве муниципалитетов сошла на нет, показав тем самым меру заинтересованности местных властей в альтернативном информационном поле. Возможно, для поддержки нетрадиционных медиа местным властям следовало бы продумать систему грантов и конкурсов, для получения и победы в которых должны были бы использоваться не критерий участия в информационной поддержке инициатив администрации, а, напротив, критерий остроты информации и способности вскрывать и позиционировать проблемы местного сообщества;

- перевод в онлайн существующих форм общественного участия и контроля. Речь идет, во-первых, о необходимости интернет-трансляции заседаний муниципальных органов - местных советов и их комиссий, муниципальных общественных палат, публичных слушаний. В ближайшей перспективе необходимо предусмотреть поправки в местную нормативную базу, позволяющие проводить мероприятия, требующие общественного участия, в интерактивный формат - прежде всего, речь идет о публичных слушаниях. В

настоящее время их проведение местные власти, наоборот, стараются, как правило, максимально скрыть от общественности, чтобы избежать неудобных вопросов по поводу правомерности тех решений, которые связаны с бюджетной и, главное, с градостроительной политикой. Очень часто эти решения являются очень спорными, поскольку связаны с пересмотром нормативов, принятых самими же муниципальными органами, и несущими в себе потенциал конфликта, поскольку ущемляют интересы тех или иных социальных и локальных групп в пользу местной власти или аффилированных с ней групп давления (девелоперов, работающих по принципу "точечной" застройки, бизнеса, открывающего предприятия в непосредственной близости от жилых кварталов и без соблюдения экологических нормативов, и т. п.). Тем не менее, как бы это не было неудобно для власти, недопущение социального взрыва и системной деградации социальной и природной среды местных сообществ требуют включения в процесс принятия решений разнообразных групп интересов - общественности, предпринимателей, экспертного сообщества и пр. Одним из наиболее перспективных направлений развития интерактивных форм общественного участия является контроль процесса капитального ремонта МКД, который до настоящего времени представляет собой "больное место" муниципального управления во многих местных сообществах. Низкое качество работ, отклонение от сметы, плана и нормативов, непрозрачность процесса выбора подрядчика вызывают недовольство жителей территорий, которым "посчастливилось" попасть в соответствующие программы. Отмеченные проблемы капитального ремонта следовало бы положить в основу механизмов, алгоритма и технологий общественного контроля, сочетающего элементы традиционной и электронной коммуникации;

- развитие краудфандинговых платформ, позволяющих организовывать сбор финансовых и других средств на реализацию социально значимых проектов. В настоящее время такие инструменты достаточно часто используются различными благотворительными организациями - преимущественно, работающими с социально-незащищенными группами населения, людьми, страдающими заболеваниями, требующими значительных затрат для их лечения или таргетирования. Проблема его использования в интересах местного самоуправления состоит в том, что в большинстве местных сообществ отсутствует системная работа по краудфандингу ввиду разрозненности и слабости местных НКО, неготовности местной власти к их комплексной поддержке, отсутствию у местной власти репутации, необходимой для аккумуляции финансовых средств на реализацию муниципальных проектов и, главное, несформированности технологических платформ, позволяющих не только собирать средства, но и контролировать их расходование. Соответственно, при организации при участии муниципальных органов социально значимых краудфандинговых проектов необходимо использовать технологические платформы, обладающие максимальной степенью прозрачности. Нужно также продумать систему преференций для потенциальных жертвователей, формирующих долгосрочную мотивацию к участию в краудфандинговых проектах.

Данными направлениями не исчерпывается процесс реинституционализации участия населения в МСУ и развития готовности населения к участию в нем. Для выявления иных перспективных направлений и пересмотра приоритетов необходим системный мониторинг, осуществляющийся на принципах краудсорсинга при участии местной власти, заинтересованных и экспертных групп, а также использование технологий искусственного интеллекта и работы с большими данными, позволяющих строить количественные модели социальных, экономических, архитектурных, логистических, криминальных процессов, определяющих жизнь местных сообществ.

Литература

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?>

req=doc&base=LAW&n=2875&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.03511056332796758#04106280971916314 (дата обращения: 14.10.2018).

2. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 03.08.2018) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=291279&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.33809090299221123#03986175144837145> (дата обращения: 14.10.2018).

3. Врио губернатора Приморья вынес на обсуждение депутатов законопроект о выборах мэра [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3771298> (дата обращения: 15.10.2018).

4. Ответственность и влияние [Электронный ресурс]. URL: <https://www.levada.ru/2017/11/13/17013/> (дата обращения: 12.10.2018).

5. Институциональное доверие [Электронный ресурс]. URL: <https://www.levada.ru/2018/10/04/institutsionalnoe-doverie-4/> (дата обращения: 12.10.2018).

6. Коммунисты отбили у «единороссов» три округа на выборах в городской совет Белгорода [Электронный ресурс]. URL: https://abireg.ru/n_70302.html (дата обращения: 12.10.2018).

7. Явка на муниципальных выборах в Москве составила около 14,8 % [Электронный ресурс]. URL: <https://www.interfax.ru/moscow/578590> (дата обращения: 12.10.2018).

8. В мэрии Белгорода объяснили нестыковки в госзакупке на ремонт Соборной площади [Электронный ресурс]. URL: <https://www.go31.ru/news/2173837/v-merii-belgoroda-obasnili-nestykovki-v-goszakupke-na-remont-sobornoj-plosadi> (дата обращения: 19.10.2018).

9. «Параллельная реальность». Как в Дубовом строят торговый центр, но чиновники не замечают этого [Электронный ресурс]. URL: <https://fonar.tv/article/2018/10/19/parallelnaya-realnost-kak-v-dubovom-stroyat-torgovyi-centr-no-chinovniki-otricayut-eto> (дата обращения: 19.10.2018).

10. Илья Варламов попросил мэра Белгорода сохранить городские троллейбусы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.go31.ru/news/2164226/ila-varlamov-poprosil-mera-belgoroda-sohranit-gorodskie-trolleybusy> (дата обращения: 18.10.2018).

СОЦИАЛЬНАЯ МОБИЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛЬНОСТИ (НЕСТАБИЛЬНОСТИ) МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ

М.Н. Реутова

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»*

Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ. Грант «Ментальные неравенства как фактор социальной поляризации российской провинции» № 18-011-00474

Социальное неравенство, присущее любому обществу на любой стадии его социально-экономического развития, связано с неодинаковым доступом индивидов и групп к системе социальных ресурсов, значимых для их существования, без существенных шансов на изменение ситуации. Для общества социальное неравенство играет двоякую роль: с одной стороны, дестабилизирует его, порождая процессы социальной эксклюзии и спрос на перераспределение доходов, с другой – стимулирует людей к индивидуальным достижениям и сдерживает иждивенческие настроения.

В связи с этим большую роль в нейтрализации социального неравенства играет социальная мобильность. Социальная мобильность – это «любой переход индивида или социального объекта (ценности), то есть всего того, что создано или модифицировано человеческой деятельностью, из одной социальной позиции в другую» [5, с. 373].

Рассматривая социальную мобильность как процесс перемещения индивида из одной страты в другую, С. Липсет отмечал, что «в большинстве случаев такие изменения влекут за собой изменение большего количества позиций, нежели одна. Человек, восходящий на другую ступень социальной иерархии, как правило, меняет круг друзей, присоединяется к новым организациям, меняет место жительства. Иногда он даже изменяет свою религиозную принадлежность и имя. Очень часто претерпевают изменения его политические взгляды. Иными словами, человек, повышающий свой профессиональный статус, стремится также повысить свой социальный статус. Вместе с тем человек,двигающийся вниз по ступенькам социальной лестницы, старается сохранить свою социальную позицию» [6, с. 101]. Степень согласованности позиций, по мнению С. Липсета, выступала ведущей характеристикой социальной мобильности, что позволило считать мобильность важным фактором стабильности современного общества.

В исследованиях 50-х гг. XX в. мобильность рассматривалась как функционально необходимый обществу механизм, позволяющий способным и честолюбивым людям покидать низшие социальные слои и пополнять ряды элиты. Ряд исследователей пришел к выводу, что структурные сдвиги в развитых индустриальных экономиках (особенно рост численности позиций менеджеров, специалистов и администраторов) создают больше «пространства наверху», и таким образом, расширяют возможности для восходящей социальной мобильности людей из рабочего класса [3].

В 1970-80-е гг. в зарубежной социологической науке большое распространение получил неомарксистский подход, согласно которому социальная мобильность рассматривалась в контексте классовой структуры, формируемой отношениями, господствующими на рынке труда, отношением индивидов и социальных групп к собственности на средства производства, автономией труда, уровнем его квалификации и другими критериями. Используя данные исследования, проведенного в Оксфорде в 1972 г., Дж. Голдторп показал, что произошли определенные структурные изменения в системе занятости, и выдвинул предположение о том, что классовая структура оставалась бы стабильной и достаточно закрытой в том случае, если бы этих изменений не было [1, с. 297].

Социальная мобильность предполагает изменение социальных ролей субъектов мобильности. Важную роль в контексте восприятия социального неравенства играют различные социальные институты, которые были названы П. Сорокиным «каналами вертикальной социальной циркуляции», выполняя функцию «социальных лифтов» в обществе [3, с. 424].

Опираясь на данные современных исследований, можно сделать вывод, что в обществе, где есть возможности для вертикальной восходящей мобильности и люди ощущают ее позитивные последствия в виде роста доходов, повышения социального собственного статуса или статуса детей, отношение к неравенству более терпимое. Напротив, при отсутствии или неэффективности социальной мобильности терпимость к неравенству снижается, обостряя перераспределительные настроения [4, с. 58].

Нормальное функционирование каналов означает их способность содействовать продвижению способных, талантливых (социальный канал) и препятствовать продвижению бездарных, некомпетентных (социальный фильтр). При этом важно гармоничное сочетание двух процессов, поскольку преобладание функции продвижения может привести к недостаточно квалифицированному подбору кадров. С другой стороны, чрезмерное ужесточение социальных фильтров способствует распространению различных «обходных» путей (клановость, мафия и т. д.), а также формализации самой процедуры отбора, когда предпочтение отдается не внутренним, а внешним признакам. Так, например, в США, Англии выпускники привилегированных вузов, достигшие высоких постов, почти всегда предпочитают набирать себе «команду» из «своих». Так создается закрытая корпоративная группа, в которую очень трудно пробиться талантливому выходцу из низов. В результате происходит снижение критериев отбора; требования к таланту и квалификации минимизируются [2, с. 95].

В зависимости от того, как функционируют каналы социальной мобильности, выступают ли они в качестве «лифтов», обеспечивая стремительное восхождение или такой же спуск в определенные периоды времени или «лестниц», позволяя вне зависимости от конкретно-исторических условий способным и целеустремленным людям изменить к лучшему свой социальный статус, они дестабилизируют общество или, наоборот, обеспечивают его стабильное развитие, давая людям надежду на изменение ситуации в лучшую сторону в будущем.

Стремительное восхождение одних людей к вершинам богатства, власти или славы вызывает, как правило, негативную реакцию со стороны общественности. Например, в России широко распространено отрицательное отношение к российским миллиардерам, появившимся в стране в 1990-е гг. За короткое время они заработали такие состояния, на которые при других экономических условиях потребовался бы труд нескольких поколений. Та нестабильность и отсутствие жестких законов, которые помогли некоторым из них «вырваться наверх», в то же время сформировали в сознании обычных людей прочную ассоциативную связь богатства не с трудом, а с бандитизмом и мошенничеством [7, с. 62].

Мобильность, осуществляемая при помощи традиционных социальных институтов, позволяет людям проще воспринимать социальное неравенство, делает мир в глазах людей более справедливым. Наличие в обществе социальных лестниц способствует социальной стабильности, порождает мысль: «не получилось у меня, получится у детей или внуков». В отличие от социальных лифтов, восхождение человека по социальным лестницам воспринимается в обществе с уважением и почетом [7, с. 63].

В обществе, где есть возможности для вертикальной восходящей мобильности и люди ощущают ее позитивные последствия в виде роста доходов, повышения социального собственного статуса или статуса детей, отношение к неравенству более терпимое. Напротив, при отсутствии или неэффективности социальной мобильности терпимость к неравенству снижается, обостряя перераспределительные настроения [4, с. 58].

Отсутствие или чрезмерное ограничение возможностей и каналов социальной мобильности способствуют развитию процессов социальной эксклюзии среди населения, негативному восприятию неравенства, задерживают достижение молодыми людьми социальной и экономической зрелости, препятствуют модернизации социальных систем, стимулируют спрос на перераспределение доходов.

Таким образом, общество, в котором каналы социальной мобильности функционируют как социальные «лестницы», является более стабильным, сохраняя при этом возможности изменения социального статуса в лучшую сторону для подавляющего большинства людей. В обществе, в котором на первый план выходят каналы, обеспечивающие быстрое продвижение, а традиционные институты не выполняют своих функций, усиливается социальное напряжение и нарастает нестабильность. Отсутствие или дисфункция каналов социальной мобильности в целом усугубляет восприятие неравенства и может спровоцировать социальный кризис. Отсюда налицо необходимость баланса между каналами мобильности различного типа, обеспечения возможности быстрого продвижения для определенной категории людей при сохранении шансов для подавляющего большинства населения использовать традиционные каналы социального продвижения.

Литература

1. Аберкромби Н., Хиллс С., Тернер Б. Социологический словарь. – М.: Экономика, 2000.
2. Кравченко А.И. Социология менеджмента. – М.: Юнити, 1999.
3. Маршалл Г. Оксфордский словарь социологии. М., 1996 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.socnet.narod.ru/library/authors/llying/hrest/Marshall.htm> (дата обращения: 15.10.2018).
4. Монусова Г.А. Чем определяется восприятие неравенства в доходах // Мировая экономика и международные отношения. – 2016. – Т. 60. – № 1. С. – 53-67.

5. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. – М.: Политиздат, 1992.
6. Трансформация социальной структуры и стратификации российского общества / Отв. ред. З.Т. Голенкова. – М.: ИС РАН, 1996.
7. Яковлева А.Д. Мобильность населения как фактор стабильности общества: социальные лестницы и социальные лифты // Вестник финансового университета. – 2018. – № 2. – С. 60-64.

ОСОБЕННОСТИ АКТИВИЗАЦИИ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

М.В. Селюков

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»*

Именно сейчас, в условиях продолжающихся экономических санкций, давления социально-экономических рисков и геополитических факторов, вопросы развития внешнеэкономической деятельности государства становятся одними из актуальных в контексте модернизации отечественной экономики. В этой связи возникает необходимость детального изучения конкретного состояния экономики, при котором обеспечивается достаточно высокий и устойчивый экономический рост, стабильность финансово-кредитной системы, эффективное удовлетворение экономических потребностей, рациональный контроль государства за движением и использованием национальных ресурсов, а также защита экономических интересов страны на национальном и международном уровнях.

С учетом этого, необходимо понимать, что: «внешнеэкономическая деятельность – это не краткосрочный приоритет экономики, а скорее, долгосрочный и стратегический. Внешнеэкономическая деятельность – это инструмент социально-экономического развития страны и регионов, который имеет свои индикаторы. Для того, чтобы данный стратегический инструмент социально-экономической политики мог существовать и развиваться, необходимо формирование четкого взаимодействия федерального и регионального уровней, а также межведомственного взаимодействия» [1].

Значимость развития внешнеэкономической деятельности России в процессе модернизации экономики сопряжена со многими факторами, это и замедление интеграции страны в систему мирового хозяйства, стремление нашей страны сохранить позиции в международном экономическом и торговом пространстве и многое другое. Все это заставляет руководство страны и субъектов РФ совершенствовать подходы и инструментарий развития внешнеэкономической деятельности, повышать эффективность проводимой внешнеэкономической политики, успех которой во многом именно сейчас определяет реальное состояние национальной экономики.

«Современный этап развития отечественной экономики диктует необходимость совершенствования подходов и технологий к управлению внешнеэкономической деятельностью и внешней торговлей как на федеральном, так и, особенно, на региональном уровнях. Именно сейчас повышается значимость вопросов, связанных с развитием внешнеэкономических связей и разработкой действенного инструментария организации внешнеэкономической деятельности» [4].

На сегодняшний день в контексте развития внешнеэкономической деятельности и осуществления внешнеэкономической политики с формальной точки зрения все еще актуальными являются целевые ориентиры и задачи, представленные во внешнеэкономической стратегии Российской Федерации до 2020 года. В частности, где сформулирована следующая основная цель внешнеэкономической политики проводимой

Правительством РФ – «создание условий для достижения Россией лидирующих позиций в глобальной экономике на основе эффективного участия в мировом разделении труда и повышения глобальной конкурентоспособности ее национального хозяйства» [2].

С момента подготовки Минэкономразвития России и при активном участии других министерств и ведомств, а также бизнеса, данной стратегии прошло около десяти лет, в течении которых произошли существенные изменения в глобальной экономике. Соответственно все эти изменения, в основном, носящие негативный характер для развития отечественной экономики, отразились на современном международном экономическом порядке и внешнеэкономических связях нашей страны.

«Говоря об уязвимости, с социально-экономической точки зрения, для страны остается ситуация с несбалансированной структурой экономики, которая проявляется в очевидном преобладании топливно-сырьевых отраслей в ущерб машиностроению и станкостроению, также следует отметить, слабое развитие современных высокотехнологичных отраслей в самой структуре машиностроения. Требуется выработки более совершенных подходов к развитию сектора среднего и малого предпринимательства, особенно в сфере агропромышленного комплекса на региональном уровне. Все это требует повышения конкурентоспособности отечественной продукции других сфер отечественного народного хозяйства, продвижение в частности продукции отечественного агропромышленного комплекса на мировых рынках, развитие наукоемких производств и т. п.» [4].

Следует отметить, что в настоящее время «международные рынки характеризуются высокой волатильностью, и именно развитие несырьевого экспорта позволит уменьшить влияние этой волатильности на развитие экономики России. Ключевым фактором роста экспорта и соответственно развития внешней торговли будет являться вовлечение новых экспортеров во внешнеэкономическую деятельность и повышение их конкурентоспособности» [5]. Таким образом, создание системы поддержки несырьевого экспорта, конкурентоспособной в мировом масштабе, – одно из главных и перспективных направлений в развитии внешнеэкономической деятельности России.

Именно сейчас, в контексте перспектив развития внешнеэкономической деятельности России, на первый план выступают особенности и условия повышения эффективности внешнеэкономического сотрудничества нашего государства с государствами-членами Евразийского экономического союза (ЕАЭС).

Необходимо отметить, что «начало взаимодействию в рамках ЕАЭС было положено еще в мае 2014 года, когда Президенты государств-членов Таможенного союза (ТС) и Единого экономического пространства (ЕЭП) на заседании Высшего евразийского экономического совета подписали Договор о Евразийском экономическом союзе. Договор обозначил переход евразийского экономического проекта на новый, более глубокий уровень интеграции, который вступил в силу с 1 января 2015 года.

Сближение евразийских государств началось в далеком 1995 году, с подписанием Соглашения о Таможенном союзе Беларуси, Казахстана и России. Тем самым определено «интеграционное ядро» государств, которые на протяжении последующих 20 лет двигались к созданию Единого экономического пространства и Евразийского экономического союза. Позже идея эффективного продвижения процесса формирования ТС и ЕЭП осуществлялась в рамках Евразийского экономического сообщества, нацеленного на более тесное сотрудничество на основе унификации нормативной базы и согласования процессов структурной перестройки экономики (2001-2014 гг.)» [6].

Именно ЕАЭС на сегодняшний день является динамично развивающимся интеграционным объединением на постсоветском пространстве. Вследствие этого для российской экономики особое значение имеют интеграционные процессы в рамках этого союза. И это естественно, так как экономические интересы России в ближнем зарубежье во многом определяются сложившимися тесными взаимосвязями с бывшими союзными республиками СССР. Следует также отметить характерный для всех стран-участниц ЕАЭС

высокий уровень участия государства в экономике и ее государственного регулирования, что может и обеспечивает рост интеграционных процессов, а также их целевую направленность. Одним из основных условий положительного влияния евразийской интеграции на решение вопросов, связанных с развитием внешнеэкономической деятельности и обеспечением экономической безопасности РФ, является существование и развитие региональных рынков: энергетического, продовольственного, транспортных услуг, инвестиций, образовательных услуг.

Нельзя не отметить, в сущности, факт переориентации за последние годы российской экономики на новые рынки сбыта отечественной продукции и укрепление торгово-экономических отношений с рядом стран, которые на момент разработки вышеупомянутой стратегии не относились к числу приоритетных. Так, несомненно в 2007-2008гг. российская экономика, в соответствии со сложившейся географической структуры внешнеэкономических связей была ориентирована, в первую очередь, на традиционные европейские рынки. В то же время позиции российских компаний на быстрорастущих рынках государств Азии и Латинской Америки крайне незначительны. По ряду направлений здесь наметились негативные тенденции. Так, отрицательное сальдо образовалось в торговле с основным партнером России в Азии – Китаем.

Уже сейчас можно говорить о том, что Китай является важнейшим и приоритетным партнером в контексте развития внешнеэкономической деятельности нашей страны. Результатом торгово-экономических отношений с Китаем в 2017 году является первое место последнего в товарообороте России как в целом (86975 млн. дол. или 14,86 %), так и в разрезе экспорта (38919 млн. дол. или 10,88 %) и импорта (48056 млн. дол. или 21,12 %). Более того, именно Китай занимает лидирующее место в несырьевом экспорте России (11322 млн. дол.), что, несомненно является важнейшим фактором дальнейшей модернизации экономики.

С учетом достаточно перспективной инициативы Китая, направленной на совершенствование существующих и создание новых торговых путей, транспортных, а также экономических коридоров, которая вначале получила название «Экономический пояс Шелкового пути», а сейчас эта уже концепция носит название «Один пояс – один путь» российская экономика может получить дополнительные стимулы для своего развития. А именно: статус крупной транзитной зоны; рост окупаемости вложений в транспортную инфраструктуру; более активное развитие регионов азиатской части страны; возможность увеличить объем поставок российской продукции в Азию.

Помимо вышеперечисленного, еще одним из важнейших направлений активизации развития внешнеэкономической деятельности, особенно в условиях достаточно серьезной угрозы криминализации внешней торговли, является повышение эффективности деятельности государственных органов, основные цели и задачи которых состоят в повышении экономической безопасности на всех уровнях отечественной экономической системы. К числу таких государственных органов, несомненно можно отнести таможенные органы Российской Федерации, регулирующие правоотношения, возникающие, изменяющиеся и прекращающиеся в сфере таможенного дела России. Тем более, что «Стратегической целью таможенной службы Российской Федерации является повышение уровня экономической безопасности Российской Федерации, обеспечение полного и своевременного поступления доходов в федеральный бюджет, защита интересов отечественных производителей, охрана объектов интеллектуальной собственности и максимальное содействие внешнеторговой деятельности на основе повышения качества и результативности таможенного администрирования» [3].

Произошедшие за последние годы изменения в политической и социально-экономической жизни страны, динамичное развитие интеграционных процессов на Евразийском пространстве оказали существенное влияние на организацию таможенного дела в Российской Федерации. Соответственно все это отразилось на перспективных целях и

задачах таможенных органов РФ, к числу которых следует отнести: обеспечение своевременного взыскания и перечисления в федеральный бюджет таможенных и иных платежей, администрируемых таможенными органами; противодействие незаконным схемам вывода из Российской Федерации денежных средств за рубеж при осуществлении валютного контроля; сокращение сроков совершения таможенных операций и упрощение порядка совершения таможенных процедур; повышение качества таможенного контроля до и после выпуска товаров; обеспечение процессов интеграции информационных систем ФТС России и ФНС России; совершенствование межведомственного информационного взаимодействия.

К числу приоритетных направлений в контексте активизации внешнеэкономической деятельности, улучшения инвестиционного климата и развития предпринимательской деятельности, в первую очередь, следует отнести дальнейшую работу по совершенствованию таможенного администрирования. С учетом этого направления важнейшим аспектом становится взаимодействие таможенной службы Российской Федерации с бизнес-сообществом при подготовке нормативных правовых актов, составляющих право ЕАЭС и законодательство Российской Федерации о таможенном деле, а также разработке и реализации «дорожных карт» Национальной предпринимательской инициативы, посвященных вопросам совершенствования таможенного администрирования и поддержки экспорта. В сущности, о чем неоднократно говорилось и обсуждалось, однако практическая реализация требует разработки новых подходов и методов данной задачи.

Подводя итоги, необходимо отметить, что складывающиеся современные тенденции развития мировой экономики требуют от правительства РФ «перезагрузки» вопросов, сопряженных с приоритетами внешнеэкономической политики и разработки новых подходов и инструментов по их реализации, которая соответственно будет оформлена в виде современной стратегии развития внешнеэкономической деятельности нашей страны.

Литература:

1. Аксенов И.А. Управление внешнеэкономической деятельностью на уровне региона. Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. 2017. № 4 (52). С. 10-15.
2. Внешнеэкономическая стратегия Российской Федерации до 2020 года. URL: <http://economy.gov.ru/minrec/activity/sections/foreignEconomicActivity/vec2020>.
3. Комплексная программа развития ФТС России на период до 2020 года. URL: <http://www.customs.ru/>.
4. Селюков М.В. Об особенностях управления внешнеэкономической деятельностью на региональном уровне // Аллея Науки. – 2018. – №7(23). URL: http://alley-science.ru/domains_data/files/556July/OB%20OSOBENNOSTYaH%20UPRAVLENI-Ya%20VNESHNEEKONOMICHESKOY%20DEYATELNOStYu%20NA%20REGIONALNOM%20UROVNE.pdf.
5. О российском экспортном центре. URL: <https://www.exportcenter.ru/company/perspective/>.
6. Иванова С.А. Современное состояние внешнеэкономического сотрудничества Российской Федерации со странами ЕАЭС. Экономика и предпринимательство. 2015. №9-2. С. 112-116.

ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ В РАБОТЕ С МОЛОДЕЖЬЮ В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ НИУ «БЕЛГУ»)

Н.А. Синельникова

*студент кафедры социологии и организации работы
с молодежью, НИУ «БелГУ»*

А.А. Талашенко

*старший преподаватель кафедры социально работы,
НИУ «БелГУ»*

Аннотация: в данной статье рассматриваются социально-педагогическое проектирование в образовательной среде, а также проведен анализ применения технологий социально-педагогического проектирования на примере студенческой молодежи НИУ «БелГУ».

Ключевые слова: социально-педагогическое проектирование, система образования, профессиональные навыки, проектный офис, проектное управление.

Социально-педагогическое проектирование – относительно новое явление для России. Это «социальное средство», которое способствует формированию умений целеполагания, нахождения оптимальных путей достижения сформулированных целей, эффективного использования доступных ресурсов.

Мы можем наблюдать большой интерес к социально-педагогическому проектированию в системе высшего образования. Современная система образования диктует, что молодым людям необходимо владеть азами проектирования. Благодаря проектированию можно решить такие задачи как: мониторинг новой информации, приобретение определенных навыков, отработка умений, закрепление знаний, анализ теории, а после использование теории на практике, развитие коммуникативных способностей, а также развитие исследовательского мышления.

Проектирование в вузе – ключевой способ формирования как профессиональных, так и личностных компетенций.

Массовая практика социально-педагогического проектирования в России берет начало с конца 1980-х годов в системе образования, когда в 1989 году В.П. Беспалько выпустил первый труд по социально-педагогическому проектированию.

Необходимо отметить, что сегодня наблюдается повышение интереса к проектированию и со стороны представителей молодежи, и со стороны общественных объединений, организаций и движений, управленческих структур, которые занимаются реализацией молодежной политики.

Социальное проектирование в молодежной среде культивируется на Федеральном и региональном уровнях. Одним из пунктов «Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020года» – применение проектных методов в системе образования.

Основная форма реализации государственной молодежной политики – социальное проектирование. Ежегодно Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь) проводит ряд конкурсов на получение грантовой поддержки наиболее перспективных и актуальных молодежных инициатив.

Если рассмотреть региональные практики социально-педагогического проектирования, то мы можем смело утверждать, что Белгородская область занимает ведущие позиции в реализации социально-педагогических проектов. Согласно «Стратегия развития дошкольного, общего и дополнительного образования Белгородской области на 2013-2020 годы» уже со школьной скамьи ученикам дают азы социального проектирования. В управлении молодежной политики Белгородской области существует отдел программно-

проектной деятельности, так как проектная деятельность – ведущее направление молодежной политики области.

Ежегодно губернатором Белгородской области выделяется 20 стипендий «Молодежному активу Белгородской области» на реализацию социально значимых проектов.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет является примером успешного внедрения социально-педагогического проектирования в образовательное пространство.

На сегодняшний день в университете выстроена целая структура, занимающаяся реализацией технологии социально-педагогического проектирования:

Высшая школа управления:

На базе университета работает Высшая школа управления, в подразделение которой входит центр проектного управления. Центр занимается разработкой документов, которые регламентируют организацию проектной деятельности НИУ «БелГУ», проводит экспертизу проектов, дает методическую поддержку инициаторам проектов, информационно сопровождает проектную деятельность, администрирует проекты, занимается сертификацией по национальной системе подтверждения квалификации ПМ СТАНДАРТ.

Проектный офис:

Проектный офис, обеспечивает сопровождение процесса управления проектами с применением фундаментальных принципов проектного менеджмента, ориентированного на достижение стратегических целей, определенных Программой развития НИУ «БелГУ» на 2010 – 2019 годы.

Студенческая онлайн-площадка «Предложи свою проектную идею»:

Существует студенческая онлайн-площадка «Предложи свою проектную идею» – университетский конкурс студенческих проектов. Площадка работает круглый год. Через неё уже поступило 14 студенческих проектов. Три из которых были поддержаны для реализации. Один из которых – социальный (туристические маршруты НИУ «БелГУ»).

Факультативные занятия, повышения квалификации с уклоном на социально-педагогическое проектирование, проектные школы.

Периодически проходят факультативы, где студентам преподают азы социально-педагогического проектирования: «Школа молодого исследователя», «Открытые занятия проектного офиса Института управления», «Практики проектного управления».

Социально-педагогическому проектированию НИУ «БелГУ» присущ международный характер.

С 2013 года на базе НИУ «БелГУ» организована ежегодная международная молодежная школа проектного управления «Пегас».

Студентами Института управления и экономики НИУ «БелГУ» два года подряд разрабатывались социально проекты с Университетом прикладных наук Ханзе и Христианским университетом Уганды: «Онлайн консультация образовательной мобильности», «Бережливое производство плитки», «Международная образовательная площадка».

Несмотря созданный комплекс условия, способствующих развитию социально-педагогического проектирования в НИУ «БелГУ» существует проблема вовлеченности студентов в эту деятельность.

Для полного изучения проблемы вовлеченности студентов в социально-педагогическое проектирование, мы провели социологическое исследование (онлайн опрос при помощи google формы) среди студентов НИУ БелГУ». В исследовании приняли участие 150 респондентов.

Нами были выявлены основные причины, по которым студенты проявляют внимания к социальному проектированию.

Таблица 1

Основные причины вовлеченности студентов в социальное проектирование

Получение опыта (профессиональных навыков)	30 %
Выстраивание новых коммуникаций	15 %
Хочу внести положительный вклад в студенческую среду	15 %
Социальный лифт	5 %
Я не занимаюсь этой деятельностью	35 %

30 % респондентов воспринимают социально-педагогическое проектирование, как способ формирования профессиональных навыков. 15 % отмечают, что социально-педагогическое проектирование способствует построению новых коммуникаций. 15 % студентов хотят вносить положительный вклад в студенческую среду. 5 % респондентов отмечают, что социально-педагогическое проектирование служит социальным лифтом. И 30 % респондентов никак не вовлечены в данную деятельность.

В результате исследования нами были выявлены основные проблемы, из-за которых мы можем наблюдать низкую активность студенческой молодежи в реализации социально значимых проектов.

Таблица 2

Основные причины отсутствия интереса к социально-педагогическому проектированию у студентов НИУ «БелГУ»

Отсутствие информации	27 %
Отсутствие поддержки со стороны администрации университета	23,5 %
Отсутствие ресурсов	19 %
Отсутствие единомышленников	17 %
Отсутствие наставника	13,5 %

Руководствуясь полученными данными, можно сделать вывод о наиболее популярных причинах отсутствия интереса к социально педагогической деятельности со стороны студентов. Наиболее распространенная причина – отсутствие удобно выстроенного информационного пространства 27 %. 23,5 респондентов отмечают, что существует проблема отсутствия поддержки со стороны административного корпуса университета. Из этого мы можем сделать вывод, что в университете плохо выстроено коммуникативное пространство между студентами и администрацией университета. 19 % выделяют проблему отсутствия ресурсов для реализации студенческих проектов. В студенческой среде существует ряд проектов, но не всегда выделяются ресурсы на их реализацию. Следующая по важности причина – отсутствие единомышленников 17 %. К сожалению, в студенческой среде отсутствуют коммуникации формата студент-студент, что плохо влияет на реализацию социально-педагогических проектов, так как в команде проекта необходимы люди, имеющие разно профильные профессиональные навыки. Студенты выделяют проблему отсутствие наставничества в университете 13,5 %, так как наставник служит связующим звеном в построении коммуникации между студентами и административным корпусом университета.

Мы выявили основные источники получения информации о: реализации проектов в университете, подборе команды проекта, грантовой поддержке и т. п.

Таблица 3

Основные источники получения информации в НИУ «БелГУ» среди студентов

Социальные сети	57 %
Преподаватели, одногруппники, друзья, знакомы	30 %
Сайт университета	10 %
Радиоуниверситета	3 %

57 % респондентов основную информацию получают по средствам социальных сетей. 30 % студентов получают информацию при помощи сильного информационного потока со стороны преподавательского (кураторского) состава НИУ «БелГУ», а также при помощи передачи информации между самими студентами. Только 10 % студентов периодически мониторят сайт университета. И 3 % респондентов обращаются за информацией к университетскому радио.

Также нами было выявлено, информацию какого рода хотели бы получать студенты от администрации ВУЗа.

Таблица 4

Запрос студентов к информационному наполнению

Грантовая поддержка проектов	16 %
Ведущие научные руководители	14 %
Олимпиады, конкурсы и т. п.	13,5 %
Программы академической мобильности	12,5 %
Информация о стажировках	12 %
Открытые вакансии для студентов	11,5 %
Информация о мастер-классах, открытых лекция, тренингах и т. п.	10,5 %
Площадка для студенческого диалога (Студенческий форму)	10 %

Опираясь на результаты исследования, мы можем сделать вывод, что студенты НИУ «БелГУ» проявляют интерес к социально-педагогическому проектированию, но сталкиваются с рядом проблем. Основные из которых – отсутствие информационного пространства и коммуникативной площадки.

В качестве одного из способов, способствующих вовлеченности студентов в социально-педагогическое проектирование, мы разработали проект «Информационно-коммуникативная площадка», которая будет существовать в онлайн пространстве, так как Интернет открывает сегодня уникальные возможности для отдачи информации.

Площадка будет содержать в себе следующую информацию: информация о грантах, информация о проектах, в которые необходима команда.

организаторов, информация о студенческих олимпиадах, конкурсах, информация об академической мобильности, информация о стажировках, информация о вакансиях для студентов, информация о мастер-классах, открытых лекциях, тренингах. И может быть введена в социальные сети, а также ретранслироваться на сайте университета.

Подводя итог, хочется сказать, что социально-педагогическое проектирование несет цель изменения действительности и людей, которые осуществляют проект и пользуются продуктом проекта.

Литература

1. Программа развития Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет» на период 2010-2019 годы // КонсультантПлюс [Электронный ресурс] URL: <http://regnews.org/law/py/2.htm> (дата обращения: 14.10.2018).

2. Постановление Губернатора Белгородской обл. от 23.10.2013 N 119 "Об учреждении ежегодных стипендий Губернатора Белгородской области молодежному активу" (вместе с "Положением о ежегодных стипендиях Губернатора Белгородской области молодежному активу" // КонсультантПлюс [Электронный ресурс] URL: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc> (дата обращения: 14.10.2018).

3. Распоряжение Правительства РФ от 29 ноября 2014 г. № 2403-р «Об утверждении основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» // КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 14.10.2018).

4. Постановление правительства Белгородской области от 28 октября 2013 г. № 431-пп (с изменениями на 19.06.2017) «Об утверждении стратегии развития дошкольного, общего и дополнительного образования Белгородской области на 2013-2020 годы» // КонсультантПлюс [Электронный ресурс] URL: <http://docs.cntd.ru/document/469026995> (дата обращения: 14.10.2018).

5. Видеман, М.Р. Педагогическое и социальное проектирование учеб. пособие / М.Р. Видеман. – СПб.: Изд-во Наука, 2014. – 231 с.

РАЗВИТИЕ И УПРАВЛЕНИЕ КЛЮЧЕВЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ В КОРПОРАЦИИ: МИРОВОЙ ОПЫТ

В.В. Стреналюк

*главный эксперт Отдела инновационного развития и новых проектов ГК
«Ростех»,*

*старший преподаватель базовой кафедры «Инновационный менеджмент и ВЭД в
промышленности» Центра управления отраслями промышленности экономического
факультета РУДН*

А.С. Семенов

*К.ф.-м.н, доцент,
заместитель заведующего базовой кафедрой «Инновационный менеджмент и ВЭД
в промышленности» Центра управления отраслями промышленности экономического
факультета РУДН*

Аннотация: На сегодняшний день определяющим фактором конкурентоспособности на всех уровнях (микро-, мезо-, макроуровень) управления является наличие уникальных, инновационных компетенций, обладание, эффективное использование и развитие которых позволит обеспечить глобальное превосходство, выйти на рынок принципиально новых продуктов и технологий, на их основе создать новые рыночные сегменты.

Выбор стратегии развития предприятия, обеспечивающей рост его конкурентоспособности, зависит от внешних (национальное законодательство, политическая и экономическая ситуация в стране, научно-технический прогресс, рыночная конъюнктура и др.) и внутренних (цели и задачи развития предприятия, наличие ресурсов (финансовых, трудовых, производственных) и др.) факторов и может опираться на результаты теоретических наработок российских и зарубежных ученых в области стратегического управления, а также практический опыт ведущих компаний, лидеров на мировом рынке.

Настоящая работа направлена на исследование зарубежного опыта в области управления организационными, управленческими, технологическими и научно-техническими компетенциями.

Ключевые слова: конкурентоспособность, ключевые компетенции, конкурентная стратегия, матрица уникальных компетенций.

Введение. Основой для создания устойчивого конкурентного преимущества на современном этапе обострения конкуренции и нестабильности внешней среды являются компетенции компании, представленные в виде технологий, знаний, ноу-хау, интегрированных в организационные системы и бизнес-процессы. Важная задача компании при таких условиях - это выявление «ключевых компетенций» и выработка направлений их дальнейшего развития с учетом различных внешних факторов и исходя из стратегических целей компании.

Ключевые компетенции компании дают возможность объединить между собой все компоненты действующего бизнеса, и одновременно способствуют развитию новых направлений бизнеса (лишь в определенной мере, поскольку иногда для обновления продуктовой линейки компании нужны принципиально новые знания, технологии и умения). Чем больше ключевые компетенции применяются на практике, тем больше они развиваются и улучшаются, обретая законченные черты. Следовательно, применяемые на практике ключевые компетенции не имеют износа, однако те компетенции, которые перестают использовать, устаревают.

Различные подходы к конкурентной стратегии. М. Портер описывает конкурентную стратегию в виде комбинации целей (результатов), которые преследует предприятие, и средств (методов), с помощью которых оно собирается их достичь. Данную комбинацию автор называет «колесом конкурентной стратегии» и анализирует в качестве средства наиболее компактного отображения ключевых аспектов конкурентной стратегии предприятия [1].

Согласно подходу М. Портера, ось колеса – это цели предприятия, то есть общее определение его намерений и конкретных задач, которые привязаны к его показателям эффективности; спицы колеса - это ключевые направления деятельности предприятия, с помощью которых оно стремится реализовать цели и выполнить показатели. М. Портер обращает особое внимание на то обстоятельство, что в общем виде формулирование конкурентной стратегии сопряжено с рассмотрением ключевых факторов, определяющих границы возможностей и потенциал успешных компаний.

Основываясь на результатах проведенных исследований, профессор сформулировал собственное определение стратегии конкурентной борьбы – это оборонительные или наступательные действия, которые направлены на занятие прочной позиции в отрасли, успешное преодоление пяти конкурентных сил, сдерживающих развитие предприятий. Результатом должно стать получение более высоких доходов от вложенных инвестиций. М. Портер считает, что данные стратегии – это в высшей степени жизнеспособные подходы противодействия конкурентным силам, подрывающим бизнес конкретной компании, при этом он предупреждает всех менеджеров об эффективности применения лишь одного из этих подходов и доведения его до совершенства. Тем самым, он настаивает на избегании распыления ресурсов.

Весомый вклад в развитие взглядов на конкурентную стратегию был привнесен профессором стратегического и международного менеджмента Лондонской школы бизнеса Г. Хамелом и профессором делового администрирования, корпоративной стратегии и международного бизнеса в Школе бизнеса Мичиганского университета К. К. Прахаладом. В 1994 году была опубликована их совместная книга «Competing for the Future», в которой авторы утверждают, что вместо того, чтобы рассматривать компанию в качестве совокупности предприятий, управляющим необходимо начать воспринимать ее в качестве сочетания ключевых, базисных компетенций, т.е. навыков, умений и технологий, позволяющих предоставлять блага потребителям [2]. По мнению Г. Хамела и К. К. Прахалада, перспективность предприятия определена превосходством не на современных, а на будущих рынках и именуется интеллектуальным лидерством. Подобные рынки, как утверждают исследователи, еще не сформированы, но уже сейчас их следует представлять и стремиться к их созданию. То есть навыки, умения и технологии могут и не быть локализованы в определенном дивизионе или подразделении.

Одним из наиболее важных условий интеллектуального лидерства по мнению профессоров является умелое применение «базовых функциональностей продукта» и «ключевых компетенций». Первое понятие означает, что для того, чтобы предвидеть будущее управляющим следует не думать об имеющихся товарах и услугах, а начать размышлять об их функциональности и задавать вопрос «Какие ценности или выгоды доставляют потребителям существующие продукты и услуги?» Задавшись этим вопросом, управляющие смогут

обнаружить множество новых возможностей для собственных компаний. Причем данные новые возможности могут быть созданы на базе уже имеющихся [3].

Матрица уникальных компетенций (органические и неорганические компетенции). Для адекватного принятия решения о развитии той или иной компетенции и для выбора формы использования подхода «открытых инноваций» применяется матрица компетенций, а именно разбиение всего подмножества компетенций инновационного блока и не только на органические и неорганические компетенции.

Таблица 1

Сравнительная характеристика органических и неорганических компетенций

<i>Критерии</i>	<i>Органические</i>	<i>Неорганические</i>
Компетенции	Развитие текущих «ключевых компетенций»	Развитие и приобретение новых компетенций
Источник	Источником выступает сама компания	Наряду с внутренними компетенциями активно привлекаются компетенции с рынка
Сроки окупаемости развития	Краткие	Рассмотрение проектов развития компетенций со средне- и долгосрочными перспективами выхода на окупаемость
Критерии принятия решения о развитии	Жесткие финансовые критерии принятия решений	Наряду с финансами, определяющую роль решают рыночные перспективы через несколько лет и существующие технологические тренды

Источник: составлено научным коллективом.

Как показывает мировой опыт таких гигантов как Intel, General Electric, Apple, Motorola, Thales, NorthropGrumman и ряда других, важнейшим фактором конкурентоспособности является приобретение новых компетенций в рамках реализации неорганических инновационных проектов.

Так, к примеру, инновационный комплекс компании Google представлен в виде совокупности обособленных исследовательских команд, которые занимаются разработкой новых технологий и продуктов, появляющихся благодаря уникальной корпоративной системе «20 percent time». «20 процентов времени» – это философия компании, согласно которой сотрудники компании могут тратить один день в неделю на разработку новых проектов, не относящихся к их непосредственным обязанностям. Руководители также должны заниматься инновациями: необходимо уделять 70 % времени основной работе, 20 % – другим проектам, связанным с основной работой, 10 % – новым направлениям и продуктам.

В настоящее время компания осуществляет строгий учет подобных проектов, так как руководство компании уже осознало ценность таких инноваций. Подобным образом были разработаны Gmail и GoogleDocs. Расходы компании на R&D составляют 3,7 млрд. в год (12,63 % доходов). Тем самым, специалисты и целые коллективы вырабатывают компетенции во многом самостоятельно, децентрализованно.

Как показывает практика, любой крупной компании следует внедрять собственную систему поддержки «неорганических компетенций», так как возможно видоизменение набора ключевых компетенций со временем, и в качестве основы сохранения конкурентоспособности выступает именно умение выращивать или заимствовать с рынка новые компетенции и определять их как обновленные ключевые.

Существует много примеров, которые наглядно демонстрируют возникновение проблем у компаний, которые не занимались обновлением своих ключевых компетенций. Например, компания Kodak в 1975 году разработала первый цифровой фотоаппарат. Однако руководство Kodak было категорически против такого изобретения – фотоаппарату не требовалась пленка, продажи которой приносили основную прибыль компании. Данная инновация была отвергнута, стали проводиться дорогостоящие исследования с целью

изучения возможностей цифровой фотографии, в результате, был дан прогноз на 10 лет для подготовки компании к такой технологической революции. При этом стратегия подготовки заключалась в совмещении возможностей пленочных фотоаппаратов с цифровой технологией. Это оказалось провалом, компания значительно отстала от конкурентов и уже не могла восполнить пробел. В данной ситуации компании следовало предпринять опережающее превращение цифрового фото в приоритетную ключевую компетенцию, чем компания Kodak не воспользовалась.

Еще одним примером упущенных возможностей является компания Memogex, которая во второй половине 20 века являлась одной из наиболее успешных компаний в области производства гибких магнитных 8-дюймовых дисков, нашедших широкое применение в компьютерах. Опоздание Memogex с переходом к 5¼-дюймовым дискетам, необходимым для текстовых процессоров, и начавших появляться РС, повлекло за собой крах всего бизнеса, и в 1980-х Memogex была продана.

К 1960 году шведская корпорация Facit заняла лидирующую позицию на рынке механических калькуляторов. Бизнесу Facit пришел конец, когда в Европе и США стали распространяться дешевые, простые в применении и компактные электронные калькуляторы из Японии. Уже в 1973 года Facit была приобретена компанией Electrolux.

Современные корпорации в своей массе уже научились избегать подобного, негативного развития событий, сформулировав подход «открытых инноваций»

Управление компетенциями

Несмотря на то, что основные компетенции обладают долговременным характером и имеют важное значение для развития организации, важно понимать, что ни одна организация не сможет успешно развиваться в течение длительного периода времени без совершенствования собственных компетенций и приобретения новых.

Базовыми пунктами любого описания компетенций, которое могло быть закреплено корпоративным регламентом, является классификация «внутренние-внешние», «приобретенные» или «разработанные предприятием». Таким образом, решение о развитии и усилении компетенций должно рассматриваться в ракурсе предполагаемых методов их формирования.

Например, приняв решение о том, что для компании Google ключевой будет являться не только разработка поисковых технологий, но и операционных систем пригодных для мобильных устройств, Google купила компанию Android. Это дало возможность компании выиграть несколько лет. В 2013 году Google объявила о начале производства роботов и объявила о найме разработчиков с целью создания собственного робота. Создание роботов – неорганическая для компании компетенция. Во главе проекта встал основатель Android (уже привнесший неорганические ключевые компетенции в Google). Для этих целей Google приобрела в 2014 году 7 компаний: Autofuss, Bot&Dolly, Holomni, IndustrialPerception, MekaRobotics, RedwoodRobotics, Schaft.

Таблица 2

Источники формирования внутренней и внешней компетенций

Внутренние компетенции	Внешние компетенции
НИОКР (НОУ-ХАУ, уникальные технологии, способность производить конкурентоспособную продукцию);	Связи с поставщиками и потребителями;
Отработанные и эффективные бизнес-процессы (управление проектами, качеством, маркетинг, бюджетирование, мотивация персонала)	Возможности лоббирования (связи с органами государственного управления);
Наличие квалифицированного персонала	Способность предоставлять финансирование в необходимом объеме, в минимальные сроки и по приемлемой стоимости (связь с финансовыми институтами и инвесторами)

Источник: составлено научным коллективом.

Важным является и создание инструментов управления внешними компетенциями (в т.ч. независимых организаций). Сообществом с элементами биржи компетенций в фарминдустрии является M3 Global Research [4]. Данная компания использует внутреннюю базу данных из более чем 2 500 000 профессионалов в области здравоохранения во всем мире для отбора проб. Кроме того, M3 Global Research сотрудничает с другими маркетинговыми компаниями для удовлетворения потребностей клиентов в области здравоохранения в промышленности. Партнерам приходится проходить жесткий отбор, обучение, подтверждение соответствия стандартам, для того, чтобы компания M3 Global Research могла гарантировать своим клиентам лучший сервис. M3 Global Research использует следующие каналы для набора партнеров: профессиональные конференции, рассылка через АМА (The American Medical Association), онлайн отбор с помощью 24 специализированных порталов, почта, факс, почтовые рассылки проверенных партнеров. Все члены группы проверяются онлайн с помощью запатентованной, внутренней системы, которая сертифицирована ISO 26362 с 2010 года.

Компании, которые выступают «технологическими лидерами» (TechnologyDrivers) сфокусированы на прорывных технологиях, часто обращаются к неосозанным нуждам потребителей. Общий тренд развития для таких компаний задается собственными и новейшими технологическими компетенциями, а отдача от инвестиций в исследования и разработки достигается путем создания не только радикальных, но и инкрементальных инноваций, которые позволяют компании конкурировать на глобальном рынке. В этом случае компании сами задают тренд и делают выбор на тех или иных компетенциях, и принимают решения об их развитии и не развитии.

Анализ передового зарубежного опыта в области управления компетенциями показал, что для принятия решения об оптимальном наборе новых компетенций нужно использовать четкий и строгий инструментарий. Одним из инструментов может стать матрица инновационных компетенций, подразделяющая органические и неорганические компетенции. Для каждой из двух категорий могут быть внедрены свои критерии принятия решений.

Статья создана в рамках работ по гранту «Разработка фундаментальных основ и научно-методического обеспечения управления компетенциями для современной российской корпорации машиностроительной отрасли», финансируемому РГНФ (номер проекта 16-02-00711-ОГН).

Литература

1. Porter E.M. Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors / E.M Porter - New York: Free Press, 1980. (Republished with a new introduction, 1998.). – 422 pp.
2. Hamel G., Prahalad C.K. Competing for the Future. Harvard Business / G.Hamel, C.K Prahalad - Review Press; Revised ed. Edition, 1994. – 384 pp.
3. «Концептуальные подходы к формированию конкурентной стратегии предприятия» // [Электронный ресурс] URL: http://bmpravo.ru/show_stat.php?stat=777 (дата обращения 20.06.2016).
4. «M3 GlobalResearch» // [Электронный ресурс] URL: <http://research.m3.com/m3-esomar-questions/esomar-questions.cfm> (дата обращения 20.06.2016).

ИНОСТРАННЫЕ СТУДЕНТЫ КАК ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ РЕСУРС РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Шевченко Н.В.

*кандидат экономических наук, доцент
кафедры социальных технологий НИУ
«БелГУ»*

Аннотация. В статье проанализированы проблемы российского рынка труда и тенденции мировой студенческой миграции. Представлена структура миграционного потока иностранных студентов. Выявлена роль России на мировом рынке высшего образования. Рассмотрены различные факторы влияния на российскую систему образования, носящие дестабилизирующий характер. Отмечены необходимость привлечения абитуриентов из-за рубежа, расширения охвата глобального образовательного рынка, повышения конкурентоспособности отечественного образовательного комплекса.

Ключевые слова: образовательная миграция, иностранные студенты, рынок труда, российская система образования

Образовательная миграция, сегодня, выступает одним из наиболее динамично развивающихся видов территориального движения населения. Именно интеллектуальный потенциал государства становится основным ресурсом, обеспечивающим его устойчивое развитие.

На фоне сложившихся глобальных демографических трендов, проблем российского рынка труда и тенденций мировой студенческой миграции, среди эффектов от миграционного потока иностранных студентов выделяются: экономические выгоды (доход от продажи образовательных услуг, рост внутреннего потребительского рынка), изменение социально-демографической структуры населения (улучшения половозрастной структуры населения за счет молодежи репродуктивного возраста), геополитический эффект (формирование круга лояльных элит зарубежных стран), которые оказывают положительное влияние на принимающую страну.

Стоит отметить, что, глобальные параметры численности населения и рабочей силы, по мнению экспертов, будут характеризоваться следующими тенденциями. «... Китай может стать крупнейшим в мире импортером иностранной рабочей силы и студентов. Позиции Великобритании, Германии, Франции, России на демографическом поле будут снижаться, однако эти страны могут еще неопределенно долго сохранять достаточно высокие позиции в мировых рейтингах ВВП, развития науки и образования, оставаясь привлекательными для некоторых категорий трудовых мигрантов и студентов» [2].

При этом российский рынок труда испытывает острую нехватку высококвалифицированных специалистов, и исполнителей со средним специальным образованием, но высокой квалификацией, в отраслях высоких технологий. Согласно Приказа Минтруда России №832 от 2 ноября 2015 г. «Об утверждении справочника востребованных на рынке труда, новых и перспективных профессий, в том числе требующих среднего профессионального образования» среди наиболее востребованных «в сфере нанотехнологий значатся 44 профессии. Среди них, специалист по испытаниям инновационной продукции наноиндустрии, инженеры конструкторы и другие. В ракетно-космической промышленности востребованными являются 70 профессий и т. д.» [4]. Такая проблема характерна не только для России, но для всего мира. Сегодня идет глобальная конкуренция за высококвалифицированных специалистов, в которой Россия проигрывает из-за низкой зарплаты и чрезмерной бюрократизации сферы НИОКР.

Так же наблюдается «утечка мозгов» из России. «Ежегодно, согласно зарубежной статистике за последние годы, в развитые страны эмигрируют около 100 тыс. человек, из них в среднем около 40 % имеют высшее образование. В целом накопленный к настоящему

моменту за рубежом потенциал россиян с высшим образованием, скорее всего, не превышает 800 тыс. человек, отмечает РАНХиГС. Эксперты РАНХиГС считают, что отток российских мозгов ускорился после 2014 года» [5].

Среди общего миграционного потока отмечается значительный рост потоков образовательной миграции во всем мире. «За последние 30 лет численность иностранных студентов возросла почти в 5 раз, с 800 тыс. человек в 1975 г. до 4,1 млн. человек в 2015 г.» [3]. Студенты в наше время массово мигрируют из страны в страну. В некоторых странах они не только получают образование, но и стремятся сделать карьеру. Как правило, это касается стран, имеющих высокий рейтинг качества жизни и высокую репутацию в сфере науки и современных технологий. В других странах студентов привлекает возможность без больших усилий, недорого, получить на платной основе диплом бакалавра или магистра, чтобы впоследствии использовать его в карьерном продвижении у себя на родине, или в третьей стране. Наконец, студенческая виза (для стран с визовым обменом) может использоваться для работы и занятий бизнесом, а также быть отправным пунктом нелегальной миграции (когда человек по истечении срока действия визы не возвращается домой и не легализует свое дальнейшее пребывание в данной стране).

Мировым лидером роста удельного веса студентов в населении страны является Турция, также рост происходит в Индии и Китае. При этом, Китай имеет все необходимые предпосылки для того, чтобы стать страной, привлекающей как трудовых мигрантов, так и иностранных студентов. Стабильные уровни по доле студентов сохраняются в странах-лидерах по качеству и привлекательности образования – США, Великобритании, Франции.

Анализируя структуру миграционного потока иностранных студентов, можно отметить, что «основными импортерами студентов (их также можно назвать основными экспортерами образовательных услуг) являются США, которые принимают 18 % всего международного студенческого потока, Великобритания – 11 %, Франция – 7 %. Россия делит в этом рейтинге 6-7 место с Японией, эти страны принимают по 4 % мировой студенческой миграции. Анализ международного рынка образовательных услуг показывает, что его общие валовые доходы от его деятельности превышают 100 млрд. долл. США, количество же иностранных студентов, ежегодно приезжающих в другие страны по образовательным программам и стажировкам оценивается в различных источниках в 4 - 5 млн. человек» [2].

Рассматривая роль России на мировом рынке высшего образования можно выделить, что в 2017 году в вузах России проходили обучение «243 тыс. иностранных студентов из 173 стран. Лидером по числу иностранных студентов, получающих образование в РФ, был Казахстан. В 2015–2016 годах в РФ обучалось почти 73,5 тыс. студентов из этого государства. На втором месте оказалась Украина, а на третьем – Китай. Наиболее популярным направлением образования в РФ у иностранных студентов остаются инженерно-технические специальности. Также высок спрос на дипломы медиков, экономистов и юристов [1].

В целом, российская система образования испытывает на себе влияние различных факторов, носящих дестабилизирующий характер. К таким факторам можно отнести: экономический кризис и рост безработицы, эмиграцию молодежи, расширение на российском рынке интеллектуальных услуг представителей иностранных вузов, модернизацию системы образования, широкомасштабные военные конфликты и ряд других.

Одним из важнейших вызовов современной системе образования выступают отрицательные демографические процессы. Несмотря на наблюдаемое в последние годы некоторое улучшение демографической ситуации в России (естественный прирост в 2013-2016 годы) она остается весьма сложной. Продолжающееся сокращение трудоспособной части населения, его старение, а также небольшой рост рождаемости (см. рисунок 1) увеличивают иждивенческую нагрузку на работающее население.

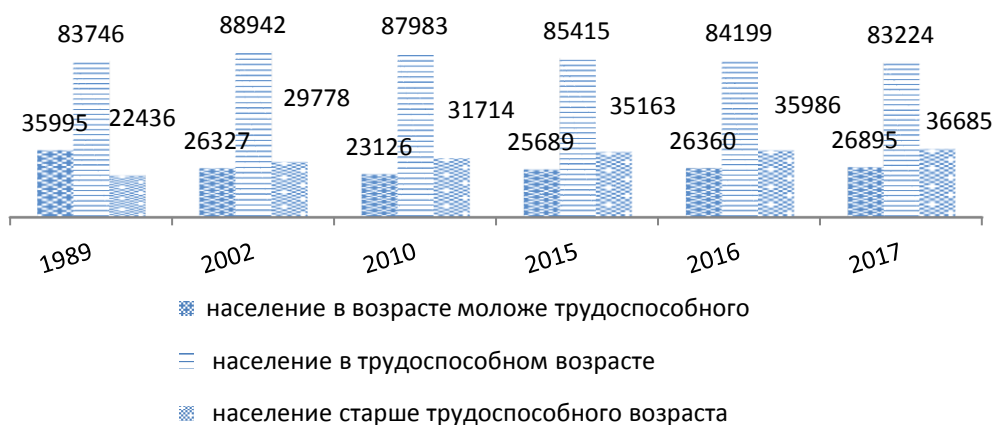


Рис. 1. Распределение численности населения России по возрастным группам, тыс. чел

Наряду с этим отмечается сокращение выпускников школ, так, численность обучающихся, получивших аттестат за 2016/2017 учебный год составила 1239,8 тыс. чел, что ниже уровня 2000/2001 учебного года на 48,7 % (см. рисунок 2).

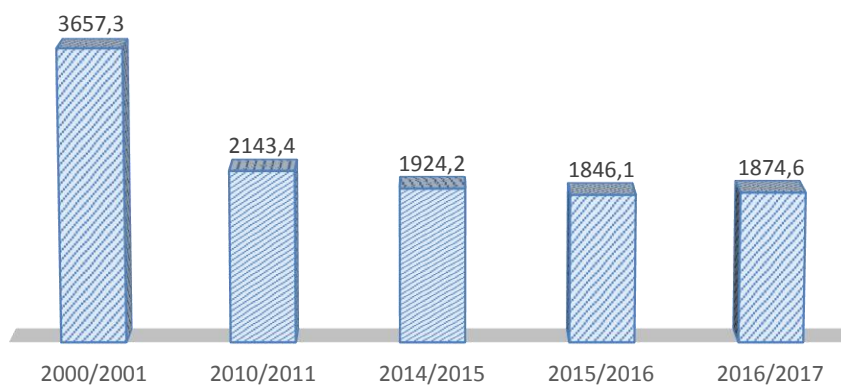


Рис. 2. Количество выпускников школ, тыс. чел

Согласно «прогноза численности населения условно «студенческого» возраста от 17 до 22 лет можно выявить следующую тенденцию: в 2016 г. численность данной категории населения сократилась до 8 млн. человек при численности студентов ВО 4,3 млн. человек. В 2017 г. студентов стало 3,8 млн. человек» [2]. В этих условиях, учитывая тот факт, что число молодых людей в возрасте 15-19 лет сократилось вдвое по сравнению с 2002 годом (2002 – 12800628 чел, 2017 – 6688989 чел), действующая система профессионального образования испытывает, и будет испытывать в будущем всё больший недостаток абитуриентов. Согласно статическим данным, сокращение приема на обучение по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в 2016 году составило 10,4 % по сравнению с 2000 годом (см. рисунок 3). Особо остро эта проблема стоит перед региональными вузами.

Справедливо отметить, что, в среднесрочной перспективе сокращение демографической базы студенчества замедлится, так как к студенческому возрасту подходят поколения, родившиеся в 2000-е годы после начала роста рождаемости в стране. «Согласно Росстату, в 2020 году людей студенческого возраста будет 8,2 млн. человек и в 2030 году 10,7 млн. человек. Таким образом, к концу указанного срока численность учащихся в системе ВО РФ может достигнуть 5,5-6,0 млн. человек» [2].

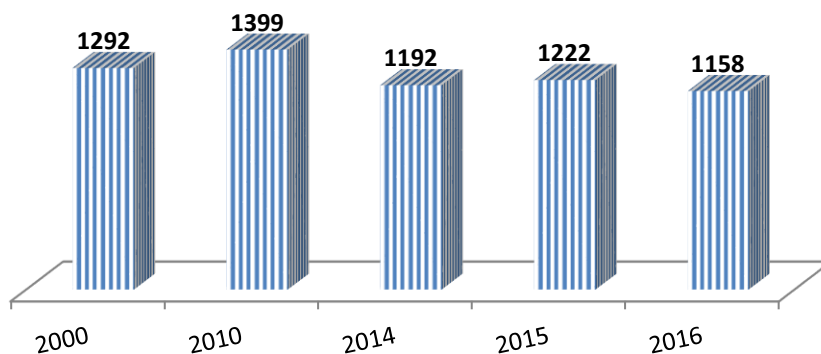


Рис. 3. Прием на обучение по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры, тыс. чел

В этой ситуации должен быть актуализирован процесс привлечения абитуриентов из-за рубежа, что требует расширение охвата глобального образовательного рынка, повышение конкурентоспособности отечественного образовательного комплекса, способного предоставлять образование высокого качества, систематизацией потоков образовательных мигрантов. К сожалению, сегодня в России этим задачам уделяется мало внимания.

Привлечение иностранных студентов важно не только с точки зрения положительного влияния данного типа миграции на образовательную инфраструктуру, увеличения доходов вузов, роста внутреннего потребительского рынка, но и возможного потенциала для регионального рынка труда.

Рынок труда многих российских регионов характеризуется неблагоприятными показателями:

- ежегодным сокращением численности населения и населения трудоспособного возраста;
- ростом коэффициента демографической нагрузки;
- ежегодным увеличением потребности в высококвалифицированных работниках.

В мировой практике миграционная политика в ряде государств (Канада и проч.) выстраивается таким образом, что в страну привлекают необходимых на рынке труда специалистов. Также действуют международные программы мобильности, помогающие молодёжи передвигаться по миру в поисках работы. В России миграционная политика выстраивается в условиях, когда из страны выезжают профессионалы, а среди желающих въехать, в том числе имеющих востребованные профессии, отбор и рекрутинг по профессиональным навыкам не производится. Кроме того, профессиональные навыки въезжающих трудовых мигрантов часто не соответствуют запросам российских работодателей, если речь идёт о квалифицированных рабочих.

В современной России вопросы важности образовательной миграции комплексно отражены в Концепции миграционной политики РФ до 2025 г., в которой, во-первых, дано ее официальное понятие как миграции с целью получения или продолжения образования, а иностранные учащиеся выделены как особая группа мигрантов; во-вторых, определено, что обучение иностранных студентов в России с последующей их работой в стране – один из важнейших каналов формирования рынка квалифицированной рабочей силы; в-третьих, в Концепции особое значение придается созданию условий для увеличения потоков образовательных мигрантов и сформулированы ключевые направления в области содействия образовательной миграции в России; в-четвертых, задача по содействию образовательной миграции напрямую увязана с переходом отечественной экономики к инновационному типу развития.

Исключительно важное значение для эффективного регулирования трудовой иммиграции имеет необходимость учета региональных особенностей. Российские регионы характеризуются глубокой дифференциацией по геоэкономическому положению, образовательно-демографическому потенциалу, социально-экономическому развитию, что, безусловно, определяет соответствующий уровень развития регионального экспорта образовательных услуг, а также конкурентные позиции региона на национальном и мировом образовательных рынках.

Так, например, Белгородский государственный национальный исследовательский университет на международном рынке образования сегодня занимает 7-е место в рейтинге Минобрнауки РФ среди ведущих вузов России по численности иностранных граждан очной формы обучения. На начало 2018 года общий контингент иностранных студентов в НИУ «БелГУ» составлял более 2700 человек.

По итогам приемной кампании на все формы обучения, без учета подготовительного факультета, в 2017/2018 учебном году было принято более 700 иностранных граждан, что подтверждает сложившуюся общероссийскую тенденцию – наибольшее число поступило из стран СНГ, а именно из Украины, Узбекистана и Таджикистана. Кроме того, важным результатом приемной кампании явилось двукратное превышение набора иностранных граждан на обучение на контрактную основу, по сравнению бюджетной.

В 2017/2018 учебном году в НИУ «БелГУ» прогнозируется большой выпуск иностранных граждан – 656 иностранных обучающихся, из которых граждане Украины 208 человек. Также, в 2018 году ожидается первый выпуск граждан Индии, которые обучались на англоязычной программе «Лечебное дело» – 27 человек.

Очевидно, что прогнозируемый рост выпуска иностранных обучающихся ставит перед вузом задачу по отбору необходимого количества иностранных граждан, сохранению набранного контингента, а также по разработке и внедрению механизмов и новых системных подходов, направленных на активное продвижение бренда университета в международном образовательном пространстве с целью привлечения необходимого количества иностранных обучающихся из приоритетных регионов мира.

Отметим, что рост численности иностранных студентов в Белгородской области объясняется приграничным положением с территориями Украины. Из-за военных действий украинским выпускникам была предоставлена возможность поступить на бюджетные места по квотам Минобрнауки в несколько вузов Белгородской области, включая и НИУ «БелГУ».

Несмотря на предоставленную с 1 января 2014 г. возможность студентам очной формы обучения работать на территории субъекта РФ, в котором они обучаются, многие иностранных студенты признают, что их отношения с работодателем не оформлены. Во многом сложившаяся ситуация связана со сложностью реализации миграционного законодательства. Для того чтобы получить разрешение на работу необходимо, кроме сбора различных справок и уплаты пошлины, предоставить трудовой или гражданско-правовой договор с работодателем, что весьма проблематично из-за нежелания последних связывать себя договорными обязательствами.

Таким образом, работающие иностранные студенты относятся к уязвимой группе мигрантов, чьи права при определенных обстоятельствах могут быть нарушены либо ущемлены. Их трудовая деятельность носит в основном форму приработка. Тем самым, признанный в странах мира трудовой ресурс в регионах России практически не используется.

Идея пополнения численности населения и трудоспособного населения за счет учебной миграции не получила пока должного внимания в практике регулирования миграционных процессов в России. Бытует мнение, что нет смысла привлекать иностранных студентов в то время, когда наши выпускники часто не могут трудоустроиться. Однако мы говорим только о тех иностранных специалистах, в которых

есть потребность на региональном рынке труда, и эта потребность не удовлетворяется местной рабочей силой.

Система мер по формированию у иностранных студентов желания остаться после окончания вуза в нашей стране и получить работу включает меры, которые возможно реализовать только на федеральном уровне, например, либерализация миграционного законодательства в отношении иностранных студентов и их дальнейшего трудоустройства, изменение принципов системы квотирования бюджетных мест и др.

Однако велика роль и региональных органов власти, но для этого необходим новый подход к решению названных проблем. Для решения проблем образовательной миграции в субъектах РФ необходимо тесное взаимодействие региональных органов исполнительной власти с образовательными и неправительственными организациями, а также деловыми кругами региона.

Следует разработать программы по выделению грантовой поддержки на обучение одаренным иностранным студентам, планирующим после получения образования остаться в регионе, используя возможности бизнеса. Рекомендуем ввести в практику встречи руководителей региональных органов власти и вузов с обучающимися иностранными студентами с приглашением иностранных специалистов, работающих в области, что позволит мониторить возникающие проблемы.

Литература

1. В российских вузах обучаются 243 тыс. иностранных студентов [Электронный ресурс]. REGNUM. – URL: <https://regnum.ru/news/2345549.html> (дата обращения: 13.03.2018).

2. Кашепов, А. В. Российский рынок труда и международная миграция студентов [Электронный ресурс] / А. В. Кашепов // Экономика и социум. - 2018. - № 5 (48). – URL : www.iurp.ru (дата обращения: 02.05.2018).

3. Количество иностранных студентов в странах мира [Электронный ресурс]. – URL: <http://porecon.ru/otrivki/701-kolichestvo-inostrannyh-studentov-v-stranah-mira.html> (дата обращения: 03.05.2018).

4. Минтруд определил самые перспективные и востребованные профессии [Электронный ресурс]. – URL: <http://ppt.ru/news/134624> (дата обращения: 02.05.2018).

5. Эксперты РАНХиГС рассказали об усилившейся утечке мозгов из России [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rbc.ru/society/23/01/2018/5a673f129a794712579d7dbe> (дата обращения: 03.05.2018).

PECULIARITIES OF CIVIL SOCIETY IN UZBEKISTAN AND ITS DEVELOPMENT PROSPECTS

Salaev Dilshod Jumanazarovich

*PhD student of the
Uzbekistan State World Languages University
Tashkent, Uzbekistan*

Салаев Дилшод Жуманазарович

*PhD докторант
Узбекского государственного университета мировых языков,
Ташкент, Узбекистан*

Annotation: In the article, the theory of civil society and the tendency of its emergence and development have been analyzed. In the article, the results of scientific research on the emergence, development and prospects of non-governmental organizations in the Uzbekistan society.

Moreover, the emergence of the civil society in the republic is divided into four stages that have been analyzed respectively.

Аннотация: В статье проанализирована теория гражданского общества и тенденции ее возникновения и развития. Представлены результаты научных исследований о возникновении, развитии и перспективах негосударственных неправительственных организаций в Узбекистанском обществе. А также, в статье анализируются этапы и особенности развития гражданского общества.

Key words: civil society, nongovernmental – noncommercial organizations, reformations, socio-political life, the strategies of development.

Ключевые слова: гражданское общества, негосударственные некоммерческие организации, реформа, социально-политическая жизнь, стратегии развития.

Civil society is a historical phenomenon reflected by its specific institutions, formed at a certain stage of the development of the social and political thinking of individuals and societies and has undergone several social, political, ideological transformation processes. Studying the process of formation and development of civil society institutions, in turn, plays an important role in the study of the socio-political nature of these institutions, which are an important component of civil society.

The researchers have the practice of dividing the history of the formation of modern civil society institutions into four dimensions in countries around the world. The first stage - the period from the mid-19th century to the first world war; the second stage - the historical period between the two world wars; the third stage - from the Second World War to the 90s of the XX century; and the fourth stage - from the 90s to the present day¹⁴.

Civil society institutes have stepped up these stages, and at different times of political history, they were enriched with new facets and edges. Many of the factors that led to the emergence of these new social associations were:

- Formation and development of central government in many countries of the world;
- the rise of public opinion and culture of the people in these countries;
- The difficulty of covering all aspects of the society by the state and the increased need for strong civil society;
- traditional methods of governance and public administration, and so on.

The primary and fundamental element of civil society is primarily a person, and the social institutions founded on the basis of it. Civil society ensures participation of the individual in one or another type of associations, based on their interests and needs. While civil society institutions play a key role in this regard, they are the key to solving common problems, ensuring and protecting their own needs and interests in politics, economy, culture, and social life¹⁵.

Civil society institutions can be classified to provide an effective and thorough study of civil society institutions and their participation in government and public life:

- 1) civil society institutions working in the field of protection of the rights and interests of citizens - advocacy, human rights organizations, notaries and others;
- 2) civil society institutions operating in the political sphere - political parties and movements;
- 3) civil society institutions operating in the socio-economic, cultural and educational spheres - nongovernmental non-commercial organizations (NGOs), public funds, associations, trade unions, mass media, citizens' self-governing bodies.

It should be noted that the building of a democratic state and civil society is an important basis not only for the domestic political needs but also for the development of the country at the global level. In spite of the diversity of the world, it is unique in one aspect, that is to say, the main

¹⁴ Стецко Е.В. Неправительственные организации: формирование политического бренда. Научные школы МГИМО. 2010. С-109

¹⁵ Нерсесянц В.С. Общая теория права и государства: Учебник для вузов. М.: Норма; Инфра-М, 1999. С. 318

resource of civilization is to achieve literally progress - the broader and more productive opportunities for the human being¹⁶.

In this context, the relationship between government and civil society is an important indicator of democracy. The formation of a mechanism for effective communication between public authorities and the public authorities is the key to the development of democracy, limiting authoritarianism in society and government.

Civil society is primarily responsible for social responsibility and activity. Just as civilians can be social, politically, economically active and participate in various non-governmental organizations and public associations, a strong civil society foundation can be formed. In this regard, the role of non-governmental non-profit organizations is also crucial for organizations that unite people for a common purpose and aspiration and increase their involvement and activism.

In the democratic countries, the state recognizes the role and importance of NGOs. NGOs are working on an equal footing with the state to address social problems in society. However, it should be noted that up to the present, the norms of modern international law provide non-governmental non-profit organizations with the single legal definition and classification. In different countries, he has different interpretations. This also creates a challenge not only for methodological inaccuracies in research but also on the regulation of NGOs.

In most cases, NGOs are recognized as a non-profit association established on a legally-registered, informal basis by individuals (physical or legal persons) or by groups¹⁷. Apart from the definition of this definition, it should be noted that it covers aspects that relate to almost all civil society institutions (foundations, associations, charities, institutions, movements, associations, and associations).

By the way, NGOs can work, they can be divided into three groups: 1) non-governmental (international) nongovernmental organizations. They work mainly in many countries of the world and form their own representations (for example, Amnesty International); 2) Regional NGOs. The movement is associated with some parts of the world and includes various associations and individuals (such as the International Censorship Agency (Article XIX)), the headquarters of the London-based Regional Human Rights Organization); 3) national level NGOs, whose activities are carried out at a national level.

As we mentioned above, the third sector and, in general, one of the most important institutions of civil society is the non-profit organization. Initiative and responsible individuals in the community will be able to provide social and legal assistance to the community through their NGO's and to engage in social activities. Although the share of NGOs in different countries is different, it is characterized by many factors, such as social activeness and mobility of people, dissatisfaction in society, democratic freedoms and human rights, and the state's participation in economic life.

It should be noted that the formation of literally civil society is a long and continuous socio-political process. If we look at the retrospective analysis, the formation and development of civil society and its institutional basis in Uzbekistan can be attributed to the following steps:

The first stage, covering the period from 1991 to 2000, has established and strengthened the normative foundations of civil society in Uzbekistan, which laid the foundations for democracy, human rights, liberty and the rule of law. The Constitution of independent Uzbekistan, adopted in 1992, establishes the right of citizens to form and join public associations, trade unions, political parties, and other organizations. In this regard, the Laws of the Republic of Uzbekistan "On Public Associations" (1991), "On Political Parties" (1996), "On Mass Media" (1997), "On Non-Governmental Nonprofit Organizations" (1999) The adoption of the law is a vivid example of our thinking.

The second phase focuses on the democratic renewal and modernization of the country, strengthening the independent activities of civil society institutions during the period from 2000

¹⁶ Абакумов С.А. Гражданское общество и власть: противники или партнеры? М.: Галерея, 2005. С. 38

¹⁷ Андреева О. С. Неправительственные организации (определение понятия, сущность) // Власть. Общественно-политический журнал. М., 2009. № 10. С. 54-56

to 2010. The main characteristic of this phase is a gradual transition from a strong state to a strong civil society.

The role of political parties in the governance and public administration has increased. In 2004, the Law of the Republic of Uzbekistan "On Financing of Political Parties" and in 2009 the Constitutional Laws "On Strengthening the Role of Political Parties in Renewal and Further Democratization of Public Administration and Modernization of the Country" should be emphasized. Also, the Joint Resolution of the Legislative Chamber and the Senate of the Oliy Majlis of the Republic of Uzbekistan "On Measures to Strengthen the Support of NGOs and Other Civil Society Institutes" (2008) serves as an important factor in strengthening the activity of civil society institutions in the country. According to the Resolution, the establishment of the Public Fund for Supporting NGOs and other Civil Society Institutions under the Oliy Majlis of the Republic of Uzbekistan was of great importance.

The third stage covers the years 2010-2016. This stage of development is primarily connected with the Concept of further deepening of democratic reforms and formation of civil society in the country, put forward by the First President of the Republic of Uzbekistan IA Karimov on November 12, 2010. According to him, the adoption and implementation of the Law of the Republic of Uzbekistan "On Ecological Control", "On Openness of Public Authorities", "On Social Partnership" and other normative legal acts have become a huge social and political reality.

The fourth phase will continue until 2017. The Strategy is based on the adoption of the Strategy of Action in five priority areas of development of the Republic of Uzbekistan for 2017-2021 and on its basis the process of reforms in all spheres of our society. In the short run, the Nuroniy Fund, the Youth Union, the Council for Farmers, Farmers and Land Owners, the Chamber of Commerce and Industry, the Republican Steering Committee for Coordination of Activities of NGOs, decrees and decisions were made.¹⁸

Adoption of the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan on May 4, 2018 "On radically increasing the role of civil society institutions in the process of democratic renewal of the country" was a big step forward in further strengthening the activities of civil society institutions on the basis of the Strategy of Action.

Литература

1. Стецко Е.В. Неправительственные организации: формирование политического бренда. Научные школы МГИМО. 2010.
2. Нерсесянц В.С. Общая теория права и государства: Учебник для вузов. М.: Норма; Инфра-М, 1999.
3. Абакумов С.А. Гражданское общество и власть: противники или партнеры? М.: Галерея, 2005.
4. Андреева О. С. Неправительственные организации (определение понятия, сущность) // Власть. Общациональный научно-политический журнал. М., 2009. № 10.

¹⁸ Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлисга мурожаатномаси. 22.12.2017. www.Uza.uz.

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОЦЕССАМ УПРАВЛЕНИЯ: НЕЗАВИСИМАЯ ОЦЕНКА КВАЛИФИКАЦИИ, РЕАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ИДЕЙ, ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА В КОММЕРЧЕСКОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ

Ж.Н. Авилова

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»*

Аннотация. Эффективность инновационной политики зависит от наличия благоприятных условий для создания инновационных идей (в том числе и на малых и средних предприятиях) и их реализации, обратной связи с рынком, потребителями инноваций и другими экономическими субъектами. При этом вопросы инновационной культуры и культуры управления инновациями приобретают первостепенное значение.

В статье рассмотрены характеристики управления инновациями в малых предприятиях, представлены факторы эффективности инновационной деятельности, а также условия формирования и развития инновационного климата, даны рекомендации по формированию инновационной культуры с точки зрения человеческого потенциала малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: инновация, культура, малый бизнес, инновационное предприятие.

Методы и организация исследования. В основу анализа проблематики становления и развития инновационной культуры современных российских предприятий положены классические труды ученых по инновационному менеджменту, управлению человеческими ресурсами, экономике, социологии управления, дополнением являются классические труды отечественных и зарубежных классиков в области процесса и критериев управления экономикой региона.

Автором при проведении исследования использовались такие методы, как: диалектический (исследование процессов и явлений во взаимосвязи и развитии), структурно-функциональный, ситуационный, компаративный, графическое и табличное картирование экономико-фактологических данных.

Введение. В последние годы благодаря популяризации инновационной деятельности в российском обществе особую актуальность имеет поиск и развитие инновационной составляющей в малом и среднем бизнесе. Важность проблемы подкрепляется тем фактом, что малые и средние инновационные предприятия способны быть драйвером в решении вопросов импортозамещения, поддержки самодостаточности страны в условиях западных санкций, поддержки и развития национальной экономики. Между тем, в России к настоящему времени не создана эффективная модель интеграции малых инновационных предприятий и институтов их поддержки в единую систему, имеется лишь набор разрозненных предприятий и организаций инфраструктуры, не объединенных единой политикой и стратегией. Попытки копирования опыта мировых инновационных держав в части развития малых инновационных предприятий (МИП) в промышленности пока не дали ощутимых результатов. Данная ситуация осложняется тем, что Россия вступила в кризис, обусловленный переходом от индустриальной экономики с дешевыми природными ресурсами к экономике, которая будет основана на инновациях.

Результаты и их обсуждение. Необходимо отметить, что в России предпринимаются усилия по активизации национальных инновационных систем,

увеличению государственных и частных инвестиций в научные разработки, созданию специальных кластеров для стимулирования инноваций (свободных экономических зон, технопарков, центров превосходства и т. п.) и принимаются другие политические и экономические меры. Однако, как правило, мало внимания уделяется анализу национальной культурной специфики. На наш взгляд, особенности национальной культуры и национального менталитета могут оказать существенное влияние на результаты страновых программ преобразований. В «советское» время модель инновационного процесса представляла собой линейную инновационную цепь: наука – технология – производство – потребление. В СССР на практике такая стадия инновационной цепи, как потребление, имела нерыночный смысл. Единственным источником инноваций считались научные исследования. Такой подход в административно-командной экономике дал определенные плоды: мировое лидерство в области вооружений и средств защиты достижений в космосе, атомной энергетике и др. Линейная модель, основанная на теории «технологического толчка», как первопричины, источника инноваций, получила развитие в работах Г. Менша, выделившего два главных аспекта: технологический толчок есть основа инновационных изменений, а депрессия выступает в роли «спускового крючка» инновационной активности [1; 2, с.192].

В период перехода России к рыночной экономике линейная модель инновационного процесса претерпела изменения. В отечественной литературе появились подходы к понятиям «инновация» и «инновационный процесс», в основе которых уделялось внимание условиям и факторам их формирования. Последовательность инновационной цепи возможна лишь при наличии трех видов ресурсов: интеллектуальных, реальных и финансовых инвестиций.

В рыночной экономике кардинально изменяется смысл существования и развития научной сферы и с позиции институциональной структуры, и с позиции государственного регулирования. В зарубежной, а затем и в отечественной литературе появились трактовки, так называемой нелинейной или параллельной модели инновационной цепи. Характерными признаками нелинейности является:

- начало инновационного процесса не обязательно связано с проведением научных исследований и разработок. По мнению зарубежных авторов, инновации и изобретения редко являются результатом открытия, зачастую они становятся результатом решения определенной проблемы или появления определенной возможности [3, с.57];

- в условиях неопределенности, быстрого изменения рыночной конъюнктуры наука выступает не как источник инновационных идей, а как ресурс инновационного процесса.

Выделенные проблемы малых и средних инновационных предприятий рассматриваются российскими экономистами и социологами: И.Г. Андреевой, Н.В. Астафьевой, Д.И. Валигурским, В.Д. Денисовым, Ю.А. Дорошенко, Н.В. Казаковой, Д.А. Казьменковым, В.М. Кутузовым, А.М. Ореховым, И.Н. Савельевой, М.Ю. Шестопаловым и др.

Вопросы инновационной культуры и культуры управления инновациями рассматриваются в работах Л.Н. Собчик, О.И. Шкаратан, Г. Хофштеде, Э. Шейн, Р.Д. Льюис и др. Многие авторы связывают инновационную культуру с инновационным потенциалом и развитием человеческого капитала. Инновационное развитие – это не только управление основным инновационным процессом и инновационной деятельностью, но и развитие системы факторов и условий, необходимых для их осуществления, т.е. инновационного потенциала [4, с.16]. В этом смысле социальный инновационный потенциал предприятия составляют главным образом его сотрудники.

Исследователи проблем развития и поддержки малого и среднего бизнеса выделяют ряд социально-экономических проблем, препятствующих стратегическому развитию малого предпринимательства: увеличение нагрузки на бизнес, рост налоговой ставки, контрольно-надзорные и административные барьеры и т. д. Можно говорить о том, что российская культура инновационно-резистентна, сопротивляется прогрессу.

Сложная система налогообложения, неурегулированность налогового законодательства вынуждают предпринимателей тратить значительные денежные, временные и человеческие ресурсы на выплату самих налогов, на подготовку к налоговым проверкам. Все это никак не способствует созданию благоприятной инновационной атмосферы в малом и среднем бизнесе.

Имеются также и социокультурные препятствия: комплекс традиций и стереотипов, предопределяющий и пренебрежение «простыми инновациями», которые улучшают повседневную жизнь людей, взаимное недоверие изобретателей и специалистов по маркетингу, неразвитость культуры коллективного интеллектуального труда и т. д.

Инновационная культура – это постоянный интерес людей к новым идеям, их готовность и способность выявлять, заострять внимание к новшествам, вводить их во все составляющие своей жизни, и как следствие – это знания, умения и опыт целенаправленной подготовки, комплексного внедрения и всестороннего освоения новшеств в различных областях человеческой жизнедеятельности. При этом, инновационная деятельность малого предприятия напрямую связана с культурой управления. Культура и инновации оказывают особое взаимное влияние друг на друга и на процессы инновационного развития. Существует связь между отношением руководителей к инновациям и инновационностью самого предприятия, что является главным индикатором инновационной культуры [4, с. 8].

Инновационная культура – это восприимчивость людей к новым идеям, их готовность и способность поддерживать и реализовывать новшества во всех сферах жизни, и как следствие – это знания, умения и опыт целенаправленной подготовки, комплексного внедрения и всестороннего освоения новшеств в различных областях человеческой жизнедеятельности потенциала [5].

Инновационное развитие – это не только управление основным инновационным процессом и инновационной деятельностью, но и развитие системы факторов и условий, необходимых для их осуществления, т.е. инновационного потенциала [6, с. 16]. В этом смысле социальный инновационный потенциал предприятия составляют главным образом его сотрудники. Как правило, большинство современных российских предприятий придерживаются стратегий, направленных на максимальное снижение затрат. Однако условия высококонкурентной среды делают данные стратегии непригодными. Предприятия вынуждены предлагать расширенный ассортимент товаров с высокой добавленной ценностью. Чтобы достичь этого, компании должны активизироваться в области инноваций: следует выпускать новые и усовершенствованные товары.

Противоречие заключается в том, что опыт достижения целей снижения себестоимости у российских предпринимателей имеется, но отсутствует приоритет предложения на рынок как масштабных, так и «мелких» инноваций. На российских предприятиях предпринимаются отдельные шаги, такие как увеличение инвестиций в отдельные проекты. Далеко не всегда такая инновационная деятельность приводит к положительным результатам. Необходим комплексный подход к инновационной деятельности, создание инновационной системы, в основе которой должны быть постоянные, повседневные инновации на всех стадиях производства и реализации продукции и услуг.

В основе управления инновационной деятельностью должны лежать как повседневные инновации, так и повседневные процессы, т.е. ежедневное распознавание возможностей, либо упущение возможностей. Человеческие ресурсы получают развитие в повседневной деятельности, и именно здесь кроется причина, по которой умения работников остаются либо нераспознанными, либо реализуемыми вне организации.

По мнению Дж. Джонсона и А.С. Хаффа, традиционные представления о научно-исследовательской и опытно-конструкторской деятельности (НИОКР) игнорируют и/или искажают ключевые аспекты повседневной инновации. Перманентная склонность к инновационной деятельности – ценнейший генофонд новых идей, особенно для корпораций, нуждающихся в инновациях ради достижения стратегического успеха. Не

менее значимы вопросы, связанные с причиной и характером развития ярких инновационных вспышек, возможностью их распознавания и отличия от более значимых инновационных течений, создание «арены» для их проявления и возможностей подпитки, совершенствования и распространения их в качестве конкурентного преимущества компании [7, с. 84].

Авторы ввели понятие «ежедневное познание», согласно которому отдельные личности выступают склонными к размышлениям индивидами, строящими теории. Была сделана попытка объяснить, как знание отдельных индивидов формирует совокупное организационное знание. Инновация в организации порождается не только на уровне индивида, она является продуктом взаимодействия людей, как в плане познания, так и в плане действий. Так называемые «метазнания» могут формироваться открыто, могут быть результатом формального обучения, но лучше, если они являются результатом последовательного обмена опытом и наблюдений друг за другом. Метазнания усиливаются при разнообразии групп, внутри которых отдельные представители владеют различными знаниями, но могут использовать знания других [8, с. 65].

Ежедневное познание невозможно без творческого подхода руководителей и сотрудников организации. Творческий подход необходим для поиска новых идей, выявления проблем, получения желаемых результатов, ревизии устоявшихся подходов. Накопление знаний обычно приводит к изменению поставленных задач или их корректировке. Тщательный анализ достигнутого, некоторая переориентация и уточнение поставленных проблем, корректировка программ могут быть объективно необходимы. В инновационной повседневной деятельности основная задача – не предложение готовых ответов, а определение проблем, которые необходимо решить по-новому. Для современного менеджера важно умение определить творческий уровень конкретного работника, подготовленность его к неопределенности в бизнесе, настойчивость в выполнении поставленных задач, потребность в изменениях, умение не упускать появившихся возможностей, способность быстро схватить сущность предложенной идеи, предпочтение новаторских решений и др. [9, с.184, 185].

Инновации в организациях имеют «человеческую» природу. Структурной основой повседневных нововведений являются три блока: знания (система взглядов, делающих возможным понимание мира), опыт (сочетание знаний и навыков, а также способность к трансляции знаний и умений) и мотивация (способность индивида к достижению чего-либо). Подкрепляет успех равновесие знаний, умений, и способностей сотрудников. Инновационная деятельность напрямую связана с культурой управления. Культура и инновации оказывают особое обоюдное влияние друг на друга и на процессы инновационного развития. Существует связь между отношением руководителей к инновациям и инновационностью самого предприятия, что является главным индикатором инновационной культуры.

В настоящее время в России созданы основные базовые элементы поддержки инновационной деятельности, в т.ч. для малых инновационных предприятий. Разработаны различные государственные программы РФ. Однако отношение в отдельных регионах к малому бизнесу свидетельствует о том, что он по-прежнему рассматривается как источник наполнения региональных бюджетов, а не как институт, выполняющий важнейшую социальную функцию. В работе органов исполнительной власти регионов преобладают, в основном, традиционные, иногда, малоэффективные формы и методы, отсутствует комплексный, системный подход.

В принимаемых стратегических решениях четко не прописаны «материальные носители» инновационных преобразований промышленности. Как правило, обсуждаются частные вопросы: роль интеллектуальной собственности, венчурные фонды и структуры, поддержка образовательных учреждений, осуществляющих научную деятельность и пр. Это важно, но лежит за границами коренной проблемы – создания условий для массовых повседневных инноваций. Как показывают исследования современных ученых, планы

модернизации промышленности слабо опираются на принципы системного подхода: отсутствует теоретико-методологическое обоснование построения инновационной экономики, теоретически не обоснованы вопросы увязки производственного и инновационных процессов [10, с. 7].

Инновационная деятельность обычно бывает ресурсоемкой, и для перенесения результатов научно-исследовательских работы (НИР) в производство требуется достаточное количество инвестиций в основной капитал, что является одной из основных проблем для малого и среднего бизнеса. Ни одна страна мира не обеспечивает себя технологиями полностью. Более того, для любой страны объемы импортируемых технологий больше, чем объемы собственных технологий. Тем не менее, для любой развитой страны всегда важен собственный научно-технический ресурс, и в России предпринимаются определенные шаги для его развития и использования [11, с.89].

По мнению специалистов, инновационному развитию могут существенно препятствовать как факторы, относящиеся к сфере мер поддержания государственной инновационной политики, так и внутренние факторы развития самой инновационной системы. К внутренним факторам, тормозящим инновационное развитие можно отнести отсутствие в самих организациях внутренней мотивации к инновациям. Согласно исследованиям, проведенным Межведомственным аналитическим центром по заказу Министерством образования и науки России в 2010-2012гг., 48 % руководителей предприятий ссылаются на следующие внешние проблемы: длительность сроков окупаемости инновационных проектов, сложность привлечения финансирования, налоговое бремя и пр., 26 % указывают на внутренние барьеры: отсутствие специалистов, незаинтересованность собственников в инновационном бизнесе, слабость стимулов к долгосрочному развитию организации [12, с.28].

К внутренним факторам, затрудняющим инновационное развитие малых предприятий, можно добавить сложность изменения социокультурных ценностей руководителей и сотрудников в сторону выявления нововведений и реализации инноваций. Таким образом, ядром становления инновационной культуры является дихотомия «инновации – управленческая культура».

Выделим основные характеристики «раздвоенности» управления инновациями в малых предприятиях [4, с.18-20]:

- противостояние традиций и инноваций. Находясь в творческом противоречии с традициями, инновации зарождаются и реализуются только на их основе, становясь со временем очередной традицией. Непрерывность этого процесса является одним из показателей инновационного развития малого предприятия и его инновационной культуры;

- фазность инноваций. Постепенная смена в сознании сотрудников приоритетов ценностей, профессиональных знаний целесообразна, т.к. внезапная смена стереотипов мышления и восприятия может привести к деформации профессиональной культуры сотрудников;

- радикальность инноваций. Чем больше инновационная деятельность отличается от действующих социо-производственных стандартов, тем выше преобразующий потенциал, тем более радикально изменяется инновационная культура;

- оценочность влияния инновации на среду предприятия. Любое малое или среднее предприятие имеет свою систему оценочных координат, нормы и приоритеты управления сопоставляются с помощью качественных показателей. Далее на этой основе происходит построение новой системы приоритетов;

- конфликтность инновационной деятельности. Как правило, нововведение нарушает привычный порядок внутриорганизационного взаимодействия, что ведет к конфликтным ситуациям;

- инновационный риск. Неуверенность в конечном результате порождает на предприятии обстановку тревожности, что влияет на результативность внедрения инноваций;

- уровень инновативности внешней среды. Восприимчивость к инновациям со стороны рынка и государства является важнейшей характеристикой инновативности малого предприятия, его возможности усваивать новое и трансформировать в еще более новое;

- способность инновационной деятельности влиять на стиль управления предприятием. Формирование атмосферы личной заинтересованности руководителей и сотрудников в успехе создания и внедрения инноваций – процесс долгий, зачастую трудно совместим с оперативным управлением;

- возможность формировать стратегию инновационного поведения. Успешность внедрения инновации и рыночная эффективность новшества формирует психологическую готовность сотрудников к инновационной деятельности;

- социальная ориентированность инновационной культуры. Сотрудники малого (среднего) предприятия, осуществляя личное саморазвитие, идентифицируют собственные цели с целями предприятия;

- способность идентифицировать сотрудников по интересам. Получение дополнительных преимуществ для отдельных сотрудников и/или групп в результате инновационной деятельности сопровождается определенными потерями для других, что имеет различные последствия для развития инновационной культуры.

Таким образом, эффективность и конечная результативность создания и поддержания инновационной культуры в малом и среднем бизнесе, неоднозначна. Однако базовые ценности инновационной культуры являются основой развития современных российских предприятий и их конкурентоспособности в долгосрочной перспективе.

Вопросы создания инновационной культуры напрямую связаны с вовлечением науки в малое и среднее предпринимательство. Зачастую инновационную деятельность вообще напрямую отождествляют с научной деятельностью. Но разница состоит в том, что научная деятельность, как интеллектуальная деятельность, направлена на получение и применение новых знаний для различных отраслей и сфер деятельности. Тогда, как инновационная деятельность в своей основе содержит коммерциализацию накопленных знаний, технологий, оборудования [13, с. 19].

Научные изыскания, новые технические решения, оптимизация процессов с получением все более высоких научно-технических результатов – это научная деятельность, которая не всегда приводит к инициированию процессов коммерциализации, т.е. вовлечению нового знания в коммерческий оборот. Для успешного внедрения инновации необходима обратная связь с рынком. На рынке будет востребована только та инновационная продукция, которая удовлетворяет потребностям потенциального покупателя.

На наш взгляд, для развития инновационной культуры в российском малом и среднем бизнесе необходимо предпринимать комплекс мер, включающих целенаправленные и долгосрочные политические решения, поддерживающие инновационные малые и средние предприятия, создающие благоприятные условия для развития конкурентоспособного ресурса страны – человеческого потенциала.

Успешная инновационная деятельность должна базироваться на следующих элементах:

- реальное эффективное соиздание возможно только в случае всеобъемлющего наполнения знаниями и опытом сущности рассматриваемой предметной области;

- творческий подход связан с критическим отношением к сложившимся стереотипам, штампам. Зачастую новый взгляд сдерживается лишь отсутствием нестандартной точки зрения;

- отказ от стереотипов не следует вводить в абсолютное совершенство, такое решение должно быть строго рациональным, взвешенным, продуманным;

- любыми организационными, волевыми управленческими мерами воспитать человека-творца невозможно, но наука о творчестве, креативный менеджмент помогают

человеку овладеть более мощным и совершенным инструментарием для своей неординарной деятельности, быстрее и полнее раскрыть тот потенциал, который заложен в нем природой.

По мнению экономистов, на всех перспективных инновационных направлениях современной науки есть русские специалисты, которые разрабатывают и внедряют свои идеи в Европе и Америке [14]. Создание комфортной среды для инноваторов и ученых в своей собственной стране, несомненно, должно стать первоочередной задачей в построении инновационной экономики.

Решая проблемы создания новой инновационной продукции или производства реплика-продуктов, следует основываться на менталитете россиян и имеющемся у России опыте. Отечественный менталитет, как подсознательная социально-психологическая программа действий и поведения отдельных людей, нации в целом, проявляется в сознании и практической деятельности. Если характерной чертой немецкого менталитета является пунктуальность, английского – консерватизм, американского – прагматизм, японского – патернализм, то российского – некая полярность, стремление к гротеску, доведение любой ситуации до крайности с одной стороны, и долготерпение, способность к самопожертвованию, с другой стороны. Такие качества русской души в прошлом были основой новейших достижений НТП.

Успешность производственного инновационного предприятия во многом зависит от наличия в нем изобретателей и духа изобретательства. Изобретатели не «возникают» на пустом месте. Склонность к изобретательству, проявляемая в юном возрасте должна развиваться. В советское время развитию детского изобретательства уделялось достаточно большое внимание. Многие инженеры и ученые, осуществлявшие инновационную деятельность, в детском возрасте посещали кружки юного техника, различные научные секции.

В СССР было 11292 авиамodelьных кружка, в Москве – 1720. Сейчас в столице их всего 23. Из таких кружков «вырастали» российские изобретатели, новаторы. С июля 1944 г., когда Сталиным была получена информация о современном немецком оружии, до конца года в реализации ракетно-космической программы участвовало более 6000 инженеров и конструкторов. Параллельно с этим проектом развивался атомный проект, в котором участвовало не меньше технически подготовленных и образованных работников.

Исследователи феномена – появления большого числа изобретателей за столь короткое время, выявили прямую связь: все они начинали в детском техническом творчестве. В 1990-х годах российские авиамodelьные кружки активно посещали представители западных компаний (Южная Корея, Германия, Америка) [15]. Методики общения, методики воспитания были ими полностью восприняты и адаптированы на своих территориях.

Также особой проблемой, на которой следует остановиться, является недоверие россиян к сфере производственного предпринимательства. У российских граждан за последние годы накопилось много причин потерять доверие: разрушительные административные реформы, крахи банков, девальвация рубля и т. п. Следует добавить еще одно немаловажное обстоятельство. Государство не предпринимает достаточных усилий для повышения доверия к малым инновационным предприятиям и производимой на них продукции.

Во-первых, в России отсутствует законодательная база, которая позволяла бы в должной мере учитывать права малого инновационного бизнеса, в т.ч. научно-производственных предприятий.

Во-вторых, практика создания органами исполнительной федеральной и региональной властей особых условий для отдельных малых и средних предприятий не способствуют получению ими дополнительных конкурентных преимуществ, что усложняет деятельность остальных инновационных предприятий.

В-третьих, выделение государственных средств на поддержку отдельных инновационных предприятий не дает ощутимых результатов для экономики страны и общества в целом. Высокоинтеллектуальный труд большинства научно-производственных предприятий не оценивается должным образом. Предпринимаются определенные шаги по поддержанию малого и среднего инновационного бизнеса, однако мало внимания уделяется созданию условий для развития культуры инновационного предпринимательства.

Можно предположить, что в стране еще не созданы условия формирования и развития инновационного климата, инновационная система ослаблена из-за неблагоприятной среды для инноваций, а инновационная политика не оказывает существенного влияния как на государственную политику в области формирования бизнес-среды, так и на инновационную направленность деятельности малых и средних предприятий. На сегодняшний день в российской экономике недостаточно предпосылок для создания эффективной инновационной культуры в малом и среднем бизнесе. Реальные приоритеты инновационного развития страны и общества определяются не столько институтами и государством, сколько талантами и пассионариями, т.е. теми людьми, которые зажигают своим интеллектом, энтузиазмом, лидерскими качествами, работоспособностью, стремлением к созиданию, и, в конечном счете, создают элементы новой культуры бизнеса.

Заключение. Отсутствие инновационной активности в большинстве малых предприятий обусловлено неблагоприятным культурным фоном для инноваций, низким престижем профессии ученого, искаженным отношением к инновационному предпринимательству, особенностями российского менталитета. В основе слабой инновационной культуры – отсутствие реального понимания актуальности развития инновационной экономики, недостаточный интерес к малому и среднему инновационному бизнесу со стороны государства.

Базовые ценности культуры с одной стороны являются фундаментом изобретательства, с другой стороны – выступают потенциальным ресурсом инновационного процесса. Созданию инновационной культуры в малом и среднем бизнесе, в основе которой – научные знания, умения, восприимчивость к новым идеям, препятствуют как внешние факторы (недостаточность мер поддержки государственной инновационной политики), так и факторы, оказывающие влияние на внутреннюю среду бизнеса (противостояние нововведениям, перестройка мышления, нарушение внутриорганизационного взаимодействия, несоответствие собственных целей целям бизнеса и пр.).

Создание инновационной культуры связано с повышением интереса к науке, творчеству. Для вовлечения сотрудников малого и среднего бизнеса в научно-инновационную среду необходимо принятие комплекса мер: пропагандировать достижения ученых и изобретателей, создавать условия для взаимодействия бизнеса с научно-исследовательскими работниками, развивать материальное стимулирование инновационной деятельности у участников бизнес-структур.

Литература

1. Габитов А.Ф. Сущность инновационного процесса и основные этапы его исследования в экономической литературе / А.Ф.Габитов // Проблемы конкурентоспособности в современной экономике 2013. – No 2(22) [Электронный ресурс] <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=20914>
2. Дорошенко Ю.А. Интеллектуальный капитал как фактор успешного формирования инновационной инфраструктуры вуза / Ю.А.Дорошенко, И.О.Малыхина, П.И.Оспицев // Вестник БГТУ им. В.Г.Шухова – Белгород, Изд-во РИЦ БГТУ им. В.Г.Шухова, 2015. - No 2
3. Инновационная деятельность зарубежных фирм. Реферативный сборник /Отв. ред. Г.В. Вишнякова. - М.: ИНИОН РАН, 2013.

4. Буйко В.И. Инновационная культура в управлении промышленными предприятиями Автореферат дисс. на соиск. уч степ. канд. соц. наук. / В.И.Буйко – Москва, 2004.
5. Стратегический ресурс XXI века – инновационная культура / Инфо-мир [Электронный ресурс] <http://inno-mir.ru/innovation-culture>
6. Буйко, В. Инновационная культура в управлении промышленными предприятиями. Автореферат дисс. на соиск. уч степ. канд. соц. наук. – Москва, 2004.
7. Джонсон, Дж. Повседневная инновация. Повседневная стратегия. Пер с англ. Дж.Джонсон, А.С Хафф – СПб.: Питер, 2014.
8. Хэмел, Г. Стратегическая гибкость. – СПб. : Питер, 2005.
9. Уткин, Э., Сатабаев, К., Сатабаева, Р. Инновации в управлении человеческими ресурсами предприятия. – М.: ТЕИС, 2012.
10. Межов, С.И. Планирование операционно-инновационной деятельности промышленного предприятия [Текст]: дис. ... канд. экон. наук / С.И. Межов; Новосибирск, 2014. – 158 с.
11. Антонец В.А. Инновационный бизнес: формирование моделей коммерциализации перспективных разработок. / В.А.Антонец, Н.В. Нечаева, К.А.Хомкин, В.В.Шведова – М.: Издательство «Дело» АНХ, 2009. – 320с.
12. Иванов Д.С. Стимулирование инновационной деятельности российских производственных компаний: возможности и ограничения / Д.С.Иванов, М.Г. Кузык, Ю.В Симачев // Инновации и экономика – 2012, No 2 – С. 28.
13. Желамский М.В. Откуда что возьмется? / М.В.Желамский // Управление проектами. – 2009, No 4(17)
14. Натитник А. Александр Аузан: как вывести экономику из комы // Harvard Business Review – Россия. [Электронный ресурс] <http://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/fenomeny/a15967/#ixzz3xyRJicvG>
15. Лосицкий В. Детское техническое творчество было стержнем нашей промышленности, а сейчас его практически нет / В. Лосицкий // ОТР [Электронный ресурс] <http://www.otr-online.ru/programmi/vladimir-lositskii-detskoe-39027.html>
16. Авилова Ж.Н. Формирование научно-исследовательского потенциала региона: проблемы и перспективы / Ж.Н. Авилова, Л.А. Минаева // Управление в XXI веке: сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции. 2015. - Издательский дом «Белгород».

ОЦЕНКА РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ООО «ЛАКОНД»

С.М. Баранцева,

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики предприятия, ГО ВПО «ДонНУЭТ»*

Н.А. Пожидаев,

магистрант кафедры экономики предприятия, ГО ВПО «ДонНУЭТ»

Аннотация. В статье проанализированы существующие методические подходы к оценке ресурсного обеспечения производственной программы предприятия; предложена схема проведения анализа обеспечения ресурсами производственной программы предприятия; проведен сравнительный анализ объемов и удельных постоянных затрат в разрезе агрегированного и дифференцированного подходов.

Ключевые слова: ресурсное обеспечение, производственная программа, предприятие, эффективность

Введение. В условиях жесткой конкуренции перед производственными предприятиями с особой актуальностью встают задачи оценки ресурсного обеспечения производственной программы, ведь от того насколько точно предприятие оценит свою производственную программу и ресурсное обеспечение зависит эффективность его деятельности. Актуальность проблемы, недостаточность изучения отдельных ее аспектов определили цель и задачи исследования дипломной работы.

Методы и организация исследования. Содержание экономической оценки ПП определяется местом данного этапа в процессе маркетингового и ресурсного обоснования производственного плана современного промышленного предприятия и заключается в анализе достижения целевых показателей (экономических критериев). По результатам принимается решение о завершении процесса формирования производственной программы (при обеспечении достижения всех целевых показателей) или о необходимости корректировки тактического плана (если производственный план не отвечает хотя бы одному из экономических критериев). Совершенствование инструментария осуществления экономической оценки ПП относится к числу наиболее важных задач развития методологии тактического планирования на предприятии.

Результаты и их обсуждение. При анализе подходов к оценке ресурсного обеспечения производственной программы (ПП) ресурсного обеспечения производственной программы предприятия, можно выделить подходы таких авторов как: М. В. Мельник В. В. Осмоловский, Л. И. Кравченко, Н. А. Русак, Л. Д. Ермолович, Ю. Н. Бусыгин, А. И. Пискунов. Они говорят о том, что при расчете показателей системы ресурсообеспечения следует учесть обобщающие показатели производительности труда, фондоотдачи и материалоотдачи [2, с.146; 3, с.116]. На наш взгляд, анализ использования ресурсов, позволяет не только оценить оперативный уровень на данный момент в целом и его составляющих, но и изыскать возможности повышения эффективности использования ресурсов. Поэтому мы предлагаем следующую схему проведения анализа обеспечения ресурсами производственной программы (рис.1).

Для определения обеспеченности производственной программы предприятия, был проведен анализ достаточности основных средств, для операционной деятельности ООО «Лаконд», которое производит и реализует кондитерские изделия на внутреннем и зарубежных рынках через сеть официальных дистрибьюторов.

Анализ внутренней среды ООО «Лаконд» показал, что предприятие имеет преимущества и потенциальные возможности для роста на кондитерском рынке ДНР. Анализ конкурентоспособности СБЕ, позволил нам выделить мероприятия по увеличению эффективности бизнес – единиц. А проведенный анализ основных показателей деятельности показал, что кондитерская фабрика ООО «Лаконд» в 2017 году имеет тенденцию к увеличению чистой выручки от реализации, что способствовало к полноценному анализу производственной программы предприятия. Мы использовали не валовую продукцию, а выручку от реализации, т.к. в условиях рыночной экономики по мере насыщения рынка и усиления конкуренции именно выручка от продажи определяет производственную программу предприятия и, как следствие, – объем производимой продукции.

Так, инфляционные процессы в Республике и изменчивый индекс цен на потребительские товары дали нам причину для расчета такого показателя как чистая выручка от реализации в сопоставимых ценах (табл.1.), цены на один и тот же продукт постоянно растут, в этом случае применяют сопоставимые цены –насколько мы видим, чистая выручка в сопоставимых ценах на 2017 год составляет 3 065 552,6 тыс. руб, что на 24524,4 тыс. рублей меньше с учетом изменения индекса цен. При анализе равномерности выручки от реализации позволил говорить о достаточной равномерности в 2017 году по сравнению с 2016 годом (коэффициент равномерности составляет 96,65).

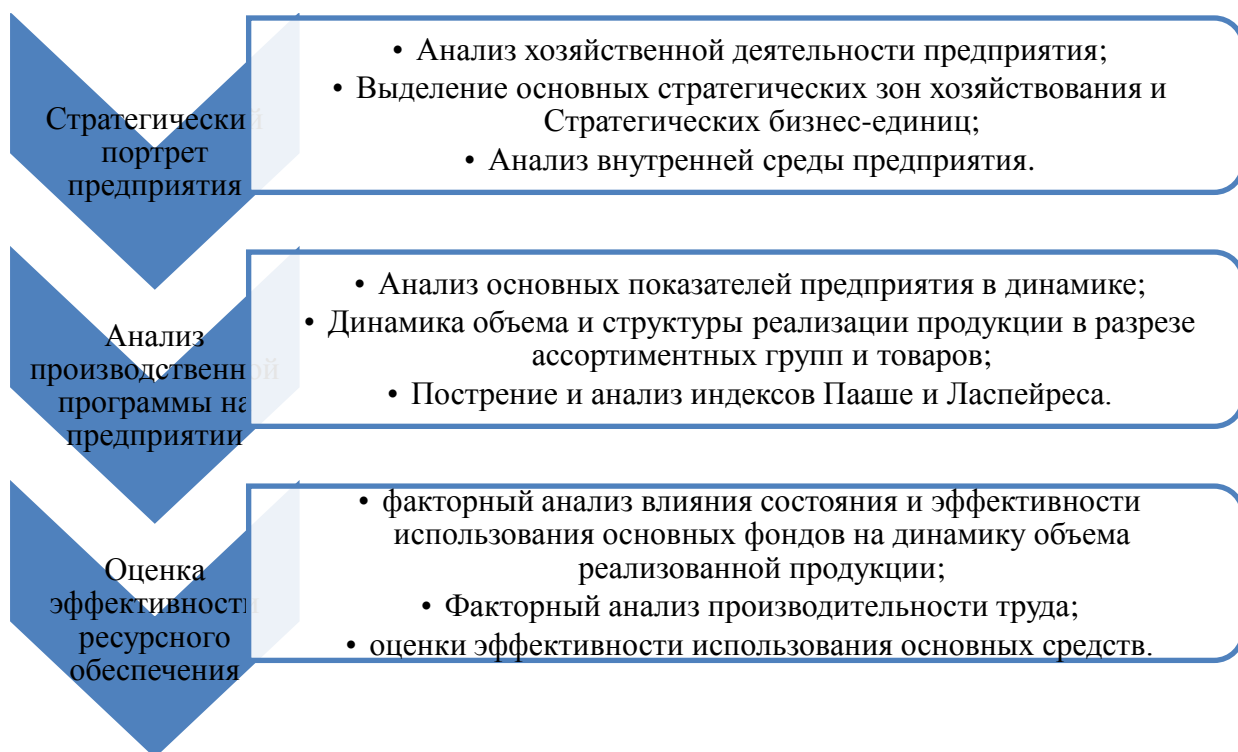


Рис. 1 Рекомендуемая схема проведения анализа обеспечения ресурсами производственной программы предприятия

Таблица 1

Чистая выручка от реализации в сопоставимых ценах к 2017 году

Показатели	Периоды		С учетом инфляции за 2017 год		
	2015 год	2016 год	2015	2016	2017
Чистая выручка в текущих ценах, тыс. руб	3013249	3041509	3013249	3041509	3090077
Индекс цен	100,5	101,8	100,8	100,8	100,8
Чистая выручка в сопоставимых ценах, тыс.руб	2998257,7	2987729,9	2989334,3	3017370,0	3065552,6

Для определения и выявления устойчивости ассортимента реализованной продукции и тенденции ассортимента к изменению, был проведен анализ групп товаров и их структуры за 2016 – 2017 года (таб.2), который показал, что кондитерская фабрика ООО «Лаконд» производит разнообразные конфеты и десерты, но наибольшую часть в общей объеме реализации в 2017 году занимают от общего объема карамель - 17,6 %; круассаны - 14,8 %; шоколадные конфеты - 12,5 %, печенье - 11,4 %; шоколад - 10,4 %; соленые снеки - 9,3 %. В 2017 году увеличился объем реализации товара на 1,02 %, это свидетельствует, что предприятие имеет стабильный рынок сбыта и старается наращивать мощности.

Факторный анализ влияния объемного и ценового факторов на динамику объема, был проведен с использованием индексов Ласпейреса и Пааше (таб. 3) [1]. Благодаря полученным результатам была составлена факторная модель анализа влияния объемного и ценового факторов на динамику объема реализации продукции ООО «Лаконд». По результатам проведенной факторного анализа наблюдаем, что фактор количества реализованной продукции положительно влияет на выручку и составляет 59805 штук. В тоже время Изменение цен на продукцию сказалось негативно и составило 11237 тыс. рублей.

Таблица 2

Структурный объем реализации продукции ООО «Лаконд» в разрезе ассортиментных групп и товаров

Вид продукции	В ценовом выражении по годам, %				В натуральном выражении по годам (тыс. тонн)			
	2016 год	2017 год	Отклонение, +/-	Темп изменения, %	2016 год	2017 год	Отклонение, +/-	Темп изменения, %
	Шоколадные конфеты	10,2	12,5	2,3	122,55	17,6	15,3	-2,3
Батончики	10,8	8,8	-2,0	81,48	12,9	6,4	-6,5	49,61
Шоколад	7,3	10,4	3,1	142,47	8,6	4,9	-3,7	56,98
Желейно-жевательные конфеты	8,8	5,8	-3,0	65,91	4,8	5,8	1,0	120,83
Печенье	9,7	11,4	1,7	117,53	17,5	13,5	-4,0	77,14
Вафли	4,3	3,3	-1,0	76,74	8,1	9,6	1,5	118,52
Продукты без сахара	3,7	2,7	-1,0	72,97	15,3	12,8	-2,5	83,66
Соленые снеки	8,5	9,3	0,8	109,41	7,2	8,2	1,0	113,89
Экструзионные сладости	5,1	3,4	-1,7	66,67	2,3	7,60	5,3	330,43
Круасаны	12,1	14,8	2,7	122,31	3,2	9,90	6,7	309,38
Карамель	19,5	17,6	-1,9	90,26	2,5	6,0	3,5	240,00
Всего	100,0	100,0			100,0	100,0		

Таблица 3

Анализ деятельности ООО «Лаконд» с использованием индекса Пааше и Ласпейреса, тыс. руб.

Показатели	Результат	Расчетные данные	Размер влияния, +/-
I производства	1,0197	$\frac{3101314,0}{3041509,0}$	59805,0
I цены	0,9964	$\frac{3090077,0}{3101314,0}$	-11237,0
Общее влияние факторов			48568,0

В условиях многономенклатурного производства результаты расчета критериальных показателей экономической оценки ПП в соответствии с требованиями неизменности ее структуры всегда приводят к получению усредненных оценок. Последняя заключается в том, что по всем без исключения видам продукции обеспечивается единство в оценках безубыточности. Так, при превышении объемов реализации продукции (РП) безубыточного оборота (РПб.у) производство всех видов продукции будет безубыточным даже для тех изделий, для которых удельная величина постоянных затрат, рассчитанная абсолютно корректным способом (прямые постоянные затраты и РСЭО), будет превышать удельную маржинальную прибыль. И наоборот, при $РП < РПб.у$ производство будет убыточным по всем без исключения видам продукции. Это во-первых. Во-вторых, «уравниловка» заключается и в полной идентичности результатов расчета коэффициентов надежности и резервов прочности в относительном выражении по всем видам продукции. Это существенно снижает информативность результатов экономической оценки ПП, о чем наглядно свидетельствуют расчеты, приведенные в табл. 4.

Удельная величина РСЭО по этим изделиям имеет существенные различия, обусловленные в первую очередь различным уровнем кооперирования производства всей продукции. С этой же целью мы искусственно ограничили состав постоянных затрат всего лишь двумя статьями: расходами на проведение рекламной кампании по продвижению продукции и РСЭО. Указанные постоянные расходы могут быть отнесены на себестоимость отдельных видов продукции абсолютно корректным способом.

Таблица 4

Сравнительный анализ объемов и удельных постоянных затрат в разрезе агрегированного и дифференцированного подходов

Показатели	Наименование продукции										
	Шоколадные конфеты	Батончики	Шоколад	Желейно-жевательные	Печенье	Вафли	Продукты без сахара	Соленые снеки	Экструзионные сладости	Круасаны	Карамель
Агрегатный подход											
– постоянные затраты на единицу продукции, руб.	4423,2	3113,9	3680,1	2052,3	4033,9	1167,7	955,4	3290,8	1203,1	5237,1	6227,9
– удельный вес постоянных затрат в маржинальной прибыли, %	2,37										
– объемы безубыточности, шт.	1,5	0,6	0,5	0,5	1,3	0,9	1,2	0,8	0,7	0,9	0,6
Дифференцированный подход											
– РСЭО, руб.	16,7	33,3	50	16,6	123,5	102,9	186,2	61,7	102,9	82,3	50,0
– прямые постоянные затраты, руб.	1650000										
– удельный вес постоянных затрат в маржинальной прибыли, %	11,3	7,9	9,4	5,2	10,3	2,9	2,4	8,4	3,1	13,4	15,9
– объемы безубыточности, шт	8,8	12,5	10,6	19,0	9,7	33,5	41,1	11,9	32,5	7,5	6,3

Рассчитанные в табл.4, показатели не позволяют определить степень надежности производства отдельных наименований изделий и на этой основе дифференцированно оценить вклад каждого отдельного вида продукции в обеспечение целевого уровня надежности операционной деятельности предприятия. Сказанное выше справедливо и к оценке объемов производства, обеспечивающих достижение целевой прибыли. В таком случае в производственную программу могут войти отдельные виды продукции в объемах, не только не обеспечивающих достижение целевых показателей, но и уступающих «критическим». Это позволяет определять «узкие места» – то есть те виды продукции, по

которым необходимо скорректировать физические объемы продаж, удельную величину переменных затрат или цену реализации.

Применение дифференцированного подхода (табл.4) позволило нам осуществить более обоснованное распределение постоянных затрат за счет использования точного метода расчета удельной величины РСЭО и возможности непосредственного отнесения прямых постоянных затрат на себестоимость отдельных видов продукции. Об этом убедительно свидетельствуют результаты сравнительного анализа объемов безубыточности и удельных показателей постоянных затрат по продукции рассчитанных на основе агрегированного и дифференцированного подходов к их распределению табл. 4.

Как мы видим, использование агрегированного подхода к распределению постоянных затрат (пропорционально маржинальной прибыли) существенно искажает результаты расчета объемов безубыточности производства. Использование же дифференцированного подхода позволяет определить реальную структуру распределения маржинальной прибыли в разрезе отдельных видов продукции и получить более объективные результаты расчета объемов безубыточности производства. Однако при этом не выполняется требование постоянства структуры ПП, предъявляемое к СVP-анализу

Заключение. Таким образом, возможны два варианта осуществления СVP-анализа, основанные на использовании агрегированного (пропорционально маржинальной прибыли) и дифференцированного подходов к распределению постоянных затрат. В первом случае мы получаем недостаточно информативные результаты экономической оценки ПП, но при этом полностью удовлетворяющие всем требованиям СVP-анализа. Во втором случае получаем высокоинформативные результаты, однако с нарушением одного из условий СVP-анализа – условия постоянства структуры ПП. Таким образом, мы стоим перед выбором: либо ограничиться экономической оценкой ПП на основе безубыточного оборота по предприятию в целом (и оборота, обеспечивающего получение целевой прибыли), либо осуществить дифференцированный экономический анализ ПП, рискуя при этом получить искаженные результаты вследствие нарушения требования постоянства ее структуры.

Литература

1. Андрианов, В.Д. Инфляция: причины возникновения и методы ее регулирования / В.Д. Андрианов. – М.: Экономика, 2010. – 184 с.
2. Пискунов, А.И., Звягина, О.В. Особенности планирования ресурсного обеспечения на предприятиях АПК / А.И. Пискунов, О.В. Звягина // Российское предпринимательство. – 2013. – Том 14. – № 8. – С.143–148.
3. Сергеева, Л.А., Кудлаева, А.Р. Определение оптимального числа поставок по критерию минимума совокупных затрат на снабжение производственного предприятия материальными ресурсами / Л.А. Сергеева, А.Р. Кудлаева // Актуальные проблемы управления в социальных и экономических системах: Межвузовский научный сборник. В 2-х ч. Ч.1. – Уфа: УГАТУ, 2006. . – С.119 –122.

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ КОНЦЕПЦИИ «БЕРЕЖЛИВЫЙ ВУЗ»

О.В. Ваганова

*доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой финансов,
инвестиций и инноваций, НИУ «БелГУ»*

Аннотация. В данной статье изучены термины «Бережливое производство», «Бережливый вуз», «Бережливое мышление». Проанализирована взаимосвязь бережливого мышления и внедрения технологий бережливого производства в образовательную

деятельность. Определены направления формирования бережливого университета, посредством внедрения мероприятий «Бережливое производство глазами офисного сотрудника».

Ключевые слова: бережливый вуз, бережливое мышление, бережливое производство.

Актуальность вопроса формирования концепции «Бережливый вуз» обусловлена ориентацией экономики региона на бережливое хозяйствование. В условиях инновационного импортозамещения, продиктованного санкционными ограничениями со стороны США и некоторых стран Западной Европы, этот вопрос обострил к себе внимание и стал для руководителей различных уровней носить крайне важный характер. Поэтому комплексный и системный подход к методике формирования концепции реализации бережливого производства есть залог успеха практически для любой организации, в том числе и для ВУЗа.

Концептуальной базой исследования стал ключевой документ стратегического развития Белгородского государственного национально исследовательского университета «Программа повышения конкурентоспособности Белгородского государственного национально исследовательского университета среди ведущих мировых научно-образовательных центров на 2013-2017 годы и на перспективу до 2020 года». Исходной точкой для анализа проблем формирования концепции «Бережливый вуз» стала оценка уровня его конкурентоспособности по ключевым индикаторам, характеризующим развитие вуза [1]. Текущее состояние конкурентоспособности характеризуется замедлением динамики развития вуза по таким показателям как публикационная активность, количество эффективно функционирующих международных научно-исследовательских лабораторий и объем выполнения НИОКР. Данное обстоятельство обусловило необходимость разработки концептуального решения, которое способствовало бы более эффективному развитию вуза. Одним из инструментов решения этих проблем может стать внедрение так называемой lean-технологии, которая рассматривается через призму двух основных тезисов: «Уважение к человеку» и «Тщательное и последовательное исключение потерь».

Изучая сущность lean-технологий необходимо обратиться к истории ее создания. В 1950-х годах японский предприниматель Тайити Оно начал первые опыты оптимизации производства, поэтому он считается одним из основателей технологии «бережливого производства». В то время экономика Японии находилась в крайне тяжелом положении, страна лежала в руинах послевоенных действий, и для ее восстановления необходимы были новые автомобили разных видов от легковых до среднетоннажных грузовиков. Закупка мощной производственной линии из-за рубежа была невозможна, так как спрос существовал только на внутреннем рынке и был невелик, чтобы оправдать вложение денежных средств в импортное оборудование, да и количество необходимых автомобилей не требовало внедрения массового производства. Поэтому Японцам пришлось учиться эффективно работать, создавая множество различных моделей в малых количествах. Такую задачу до них никто не решал, так как в то время, теория массового производства эффективно применялась на практике. Эффективный метод работы вызвал колоссальный рост производительности труда и объемов продукции, оставаясь и сегодня основной системой производства во многих отраслях мировой экономики.

Если дословно переводить термин «lean-технология» с английского языка, то Lean означает стройный или постный, но в обиход вошло слово «бережливый», что неким образом отражает «воздержанность» и сегодня мы имеем синонимичные выражения: «lean-технология», «Lean Production», «Бережливое производство».

Внедряя бережливое производство в деятельность любой организации необходимо понимать, что это целая система, состоящая из различных элементов. На стадии развития в любой системе, будь то инновационная, экономическая или социальная, увеличивается количество новых элементов, усиливается их специализация и взаимозависимость, т.е.

происходит процесс усложнения самой системы и ее структуры [2, С. 12]. Система бережливого производства постепенно развивалась и стала включать в себя такие важные подсистемы как: Всеобщее управление качеством (TQM), Всеобщее управление производительностью оборудования (TPM), Минимизация производственных запасов на основе подхода «Точно вовремя» (JIT) и методов рациональной организации рабочих мест (5S) [3, 35]. Эта философия удачно ложится на принципы деятельности вуза и может помочь в решении задач по повышению его конкурентоспособности.

Повысить мотивацию профессорско-преподавательского состава по активизации публикационной деятельности, увеличить количество международных научно-исследовательских лабораторий и нарастить объемы выполнения НИОКР возможно посредством реформирования НИУ «БелГУ» в «бережливый университет» на принципах философии «Кайдзен», которая строится на клиенториентированности, стремлении к постоянному улучшению своей деятельности и открытому признанию имеющихся проблем [4, С. 13]. Внедрение такой философии в деятельность университета позволит:

- снизить время поиска информации на 80%;
- снизить уровень ошибок при обработке информации на 60%;
- сократить цикл выполнения научных работ на 25%;
- сократить трудозатраты на 25%;
- высвободить до 30% рабочего пространства.

Для того чтобы философия «Кайдзена» стала основой жизни Университета разработана концепция внедрения проекта «Бережливый вуз», которая основана на комплексном подходе (рисунок 1).

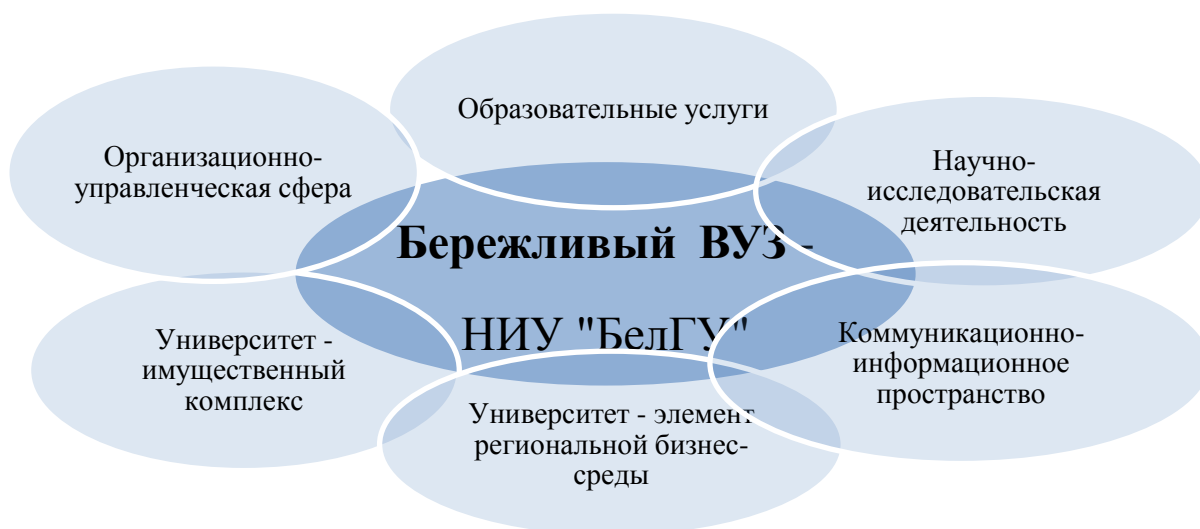


Рис. 1 Системный подход в реализации проекта «Бережливый ВУЗ – Бел ГУ»

В проект «Бережливый вуз» вошли мероприятия, реализуемые по всем элементам системы, представленные на рисунке:

- обучение студентов и сотрудников принципам бережливого производства;
- повышение эффективности использования электронно-информационной базой;
- совершенствование системы рейтинговой оценки научной деятельности научно-педагогических работников структурных подразделений НИУ «БелГУ»;
- формирование имиджа университета как бережливого вуза;
- открытие магистерской программы «Бережливое производство» с целью удовлетворения потребностей региона в специалистах данного направления;
- обеспечение преемственности идеологии бережливого производства: от преподавателя к обучающемуся;

- оптимизация процесса выдачи студенческой документации и заключения договоров на оказание платных образовательных услуг;
- внедрение системы 5С в структурных подразделениях университета;
- совершенствование системы навигации и маршрутизации в корпусах университета.

Подводя итог вышесказанному, можно отметить, что комплекс мероприятий по формированию и внедрению концепции «Бережливый вуз» в НИУ «БелГУ», позволит решить следующие важные задачи в среднесрочной перспективе:

- повысить показатели эффективности;
- сформировать инструмент влияния сотрудников на научную составляющую университета посредством философии «Кайдзен»;
- сформировать у сотрудников «бережливое мышление», которое позволит им перманентно улучшать свою работу и чувствовать собственную востребованность;
- обеспечить приток специалистов в экономику региона способных эффективно работать на предприятиях и ориентированных на достижение конечного результата.

Литература

1. Программа повышения конкурентоспособности Белгородского государственного национального исследовательского университета среди ведущих мировых научно-образовательных центров на 2013-2017 годы и на перспективу до 2020 года. https://www.bsu.edu.ru/upload/iblock/c9f/prog_2013-17-20.pdf

2. Ваганова О.В., Титов А.Б. Развитие региональной инновационной системы в условиях турбулентности // В сборнике: Актуальные проблемы экономики в условиях реформирования современного общества Материалы IV Международной научно-практической конференции, посвященной 140-летию со дня основания НИУ «БелГУ». 2016. С. 9-12.

3. Пугач В.Н, Фомин С.В., Доррер М.Г., Формирование в ВятГУ центра компетенций бережливого производства // Образовательные ресурсы и технологии • 2015'3(11), с.34-39.

4. Имаи М. Гемба кайдзен. Путь к снижению затрат и повышению качества. М.: Альпина Паблицер, 2014.

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ВУЗОВ В РАМКАХ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

А.Е. Винник,
старший преподаватель
кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Аннотация. В статье обозначены основные направления обеспечения конкурентоспособности современного вуза на рынке образовательных услуг. На примере НИУ «БелГУ» обоснована важность целенаправленной политики повышения конкурентоспособности в укреплении позиций вуза не только в национальном, но и в мировом образовательном пространстве.

Ключевые слова: конкурентоспособность, образовательное пространство, программа развития, стратегия, региональный вуз, рейтинг, управление.

Введение. Система высшего образования представляет собой стратегический ресурс устойчивого социально-экономического развития регионов и инновационный потенциал развития экономики страны. Поэтому в целях повышения конкурентоспособности национальных вузов в рамках программы «Развитие образования на 2016 – 2020 годы» реализуется ряд государственных реформ, направленных на поддержку национальных

исследовательских университетов и усиление конкурентной позиции группы ведущих вузов – участников проекта «5 – 100».

Однако стоит отметить, что политика государства в последние годы была направлена и на сокращение количества вузов не только за счет их объединения в многопрофильные опорные университеты, но и закрытия филиалов государственных и негосударственных вузов. Так, с 2014 по 2017 год количество вузов и филиалов в России сократилось на 1097 (с 2268 до 1171). По итогам 2017 года Федеральной службой по контролю в сфере образования и науки было приостановлено действие лицензии 35 вузов, лишены лицензии 58 вузов страны [7]. В подобных условиях вузы оказываются перед сложным выбором – войти в состав новой структуры или сохранить независимость, повышая конкурентоспособность за счет собственных источников, что еще сильнее усиливает конкуренцию на рынке образовательных услуг. Поэтому проблема разработки целенаправленной политики повышения конкурентоспособности и формирования долгосрочных конкурентных преимуществ остается достаточно актуальной для всех вузов страны.

Результаты исследования. Конкурентоспособность вуза напрямую зависит от воздействия множества как внешних факторов, представляющих совокупность условий, в которых функционирует вуз, так и внутренних, формирующих его конкурентный потенциал. Поэтому своевременное выявление ключевых факторов успеха является определяющим условием повышения эффективности деятельности вуза на рынке образовательных услуг. Однако практика показывает, что не каждый вуз осуществляет целенаправленную политику, направленную на укрепление собственных позиций, что подтверждается относительно низким уровнем представленности российских вузов в мировых рейтингах. Поэтому одним из направлений финансирования сферы высшего образования в соответствии с указом Президента является повышение конкурентоспособности ведущих российских вузов и входение к 2020-му году не менее пяти из них в топ-100 мировых рейтингов университетов.

Особую роль на рынке образовательных услуг выполняют национальные исследовательские университеты. Данный статус в России имеют двадцать девять вузов страны, двенадцать из которых расположены в Центральном федеральном округе (рис.1).

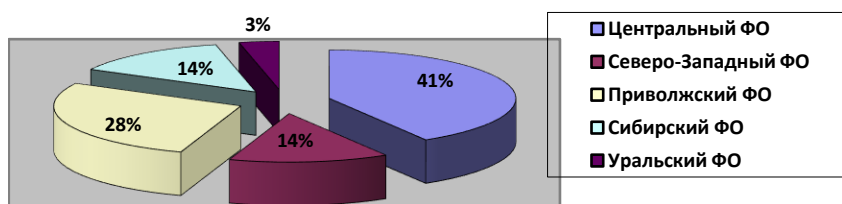


Рис. 1 Концентрация национальных исследовательских университетов на территории Российской Федерации

Местом концентрации ведущих университетов и научных комплексов страны является Центральный федеральный округ, в котором расположено более четырехсот учебных заведений, одиннадцать из четырнадцати наукоградов страны, один вуз, имеющий особый статус – МГУ им. М.В. Ломоносова и двенадцать университетов, имеющих статус национальных исследовательских, в числе которых Белгородский государственный университет (НИУ «БелГУ»).

На сегодняшний день НИУ «БелГУ» - один из ведущих вузов Белгородской области, представляющий собой многопрофильный научно-образовательный комплекс, занимающий высокие позиции не только в национальных, но и в международных рейтингах, что является результатом, в первую очередь, эффективного управления и целенаправленной политики повышения конкурентоспособности.

Белгородский государственный университет относится к числу образовательных учреждений, которые активно вовлечены в процесс повышения конкурентоспособности высшего образования. Стратегия повышения конкурентоспособности вуза до 2020, информацию о которой можно найти на официальном сайте университета, указывает в качестве миссии вуза - подготовку высококвалифицированных научных и профессиональных кадров, способных обеспечить конкурентоспособность России и Белгородской области в глобальном социоэкономическом пространстве [2]. Позиция университета, связанная с подготовкой глобально конкурентоспособных кадров, совпадает с мнением многих экспертов о том, что выпускники – один из основных показателей конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг.

НИУ «БелГУ» не является участником государственного проекта «5 – 100» и не входит в число опорных вузов страны, что накладывает определенные ограничения на возможность получения государственной финансовой поддержки. Однако эффективное управление вузом и целенаправленная политика руководства в области повышения конкурентоспособности позволяет высоко оценить позиции НИУ «БелГУ» в современном образовательном пространстве.

Анализ деятельности университета показал, что повышение конкурентоспособности вуза осуществляется по следующим направлениям: образовательная и научная деятельность; организационный, кадровый и финансовый менеджмент; инновационная и международная деятельность; инфраструктурное развитие, а также академическая репутация университета в образовательном пространстве. Оценка деятельности вуза по обозначенным ключевым направлениям показала, что уже на данном этапе НИУ «БелГУ» отличаются высокие темпы динамики развития. [2].

Абсолютным приоритетом усилий университета является целенаправленное наращивание исследовательских компетенций в рамках движения к модели глобального исследовательского вуза, на пути к которому основными ориентирами выступают лучшие исследовательские вузы Великобритании – Кембриджский и Оксфордский университеты. Для этого руководство университета:

- создает условия для дальнейшего восхождения в топ-листах наиболее авторитетных международных университетских рейтингов (QS, ARWU, THE);
- укрепляет кадровый потенциал и материальную базу учебных подразделений;
- совершенствует методическое и информационное обеспечение образовательного процесса;
- оптимизирует действующие и формирует новые направления и уровни профессиональной подготовки;
- создает системные основания непрерывного образования;
- внедряет международные стандарты в основные виды деятельности вуза;
- повышает роль и востребованность НИУ «БелГУ» как базового вуза Сетевого университета ШОС;
- развивает систему профессиональной языковой подготовки сотрудников и студентов университета, реализует целевые программы иноязычного образования;
- обеспечивает интеграцию и единство непрерывного образования, фундаментальной и прикладной науки, технологии, производства и создает условия для развития инновационных структур;
- обеспечивает раскрытие инновационного потенциала НИУ «БелГУ» и прочее [2].

О высоких позициях НИУ «БелГУ» в современном образовательном пространстве свидетельствуют и динамика представленности вуза в международных и национальных рейтингах (рисунок 2).

Так, например, в 2017 году НИУ «БелГУ» вошел в ТОП – 100 лучших вузов мира Шанхайского предметного рейтинга университетов в категории «Металлургический инжиниринг» (позиция 76 –100) [8]; в ТОП – 200 лучших университетов БРИКС по версии британской компании QS Quacquarelli Symonds по итогам 2018 года, существенно улучшив свою позицию (201 – 250 место в 2017 г. и 195 место в 2018 г. соответственно) [4].



Рис. 2 Позиции НИУ «БелГУ» в научно-образовательном пространстве

Согласно российским рейтингам положение вуза также является достаточно высоким и стабильным. По данным национального рейтинга университетов группы «ИНТЕРФАКС» НИУ «БелГУ» занимает 19 место среди 264 российских университетов [5] и 5 место среди 89 вузов в списке востребованных классических университетов России в рамках проекта «Социальный навигатор» [6].

Анализ успешного опыта университета в области повышения конкурентоспособности и вхождения в ведущие рейтинги показал, что сформирован необходимый пакет стратегических документов, направленный на улучшение позиций вуза в образовательном пространстве (рисунок 3) [2].

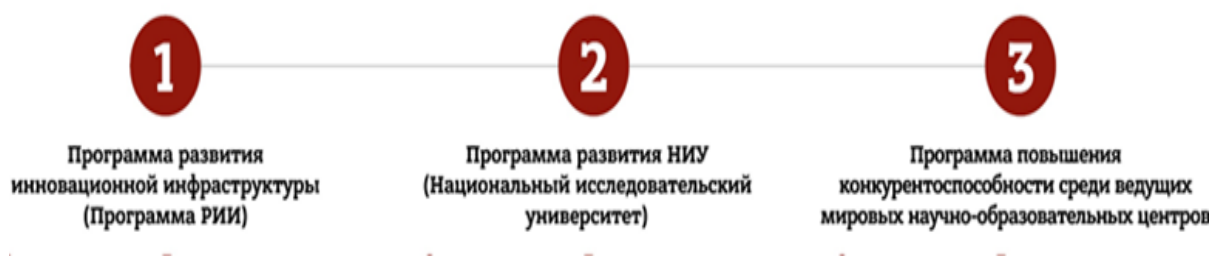


Рис. 3 Программы стратегического развития НИУ «БелГУ»

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что среди основных направлений повышения конкурентоспособности регионального вуза можно выделить:

- укрепление позиций университета в качестве ведущего исследовательского университета страны предпринимательского типа;
- эффективное решение исследовательских задач международного и общенационального масштаба;
- вхождение в топ – 100 ведущих рейтингов, в числе которых не только Шанхайский предметный рейтинг, но и авторитетные мировые рейтинги - The Times Higher Education World University Rankigs и QS World University Rankigs.;
- развитие высокоэффективной образовательной системы посредством интеграции науки, образования и производства;
- достижение высоких объемов международной и внутрироссийской академической мобильности обучающихся и научно-педагогических работников [2].

Выделенные направления повышения конкурентоспособности НИУ «БелГУ» гармонизированы со стратегической целью современной государственной политики в области образования и Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года.

Выводы и заключение. Проведенный анализ показал, что повышение конкурентоспособности вуза является одной из наиболее актуальных проблем, что связано не только с возможностью функционирования, но и «выживания» в глобальном образовательном пространстве. Основным критерием оценки конкурентоспособности образовательной организации являются позиции в ведущих международных и национальных рейтингах, с учетом критериев которых и необходимо разрабатывать комплексные программы стратегического развития вузов.

Литература

1. Проект повышения конкурентоспособности ведущих российских университетов среди ведущих мировых научно-образовательных центров «5-100» [Электронный ресурс]. – URL : <http://5top100.ru/about/more-about/>.
2. Программа повышения конкурентоспособности НИУ «БелГУ» среди ведущих мировых научно-образовательных центров на 2013 – 2017 годы и на перспективу до 2020 года [Электронный ресурс]. – URL: https://www.bsu.edu.ru/upload/iblock/c9f/prog_2013-17-20.pdf.
3. Винник А.Е. Современные подходы к управлению конкурентоспособностью региональных вузов / А.Е. Винник, С.Н. Прядко, Н.И. Долинский // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2018. – Вып. 4(71). – С. 57-65.
4. Лучшие российские вузы в рейтинге QS БРИКС -2018 [Электронный ресурс]. – URL: https://ria.ru/abitura_world/20181016/1530784139.html?inj=1.
5. Национальный рейтинг университетов группы «ИНТЕРФАКС» [Электронный ресурс]. – URL: http://unirating.ru/rating_common.asp.
6. Рейтинг востребованности вузов в РФ – 2017 [Электронный ресурс]. – URL: <https://vid1.ria.ru/ig/ratings/Klass-2017.htm>.
7. Сокращено количество вузов в стране [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3540086>.
8. Шанхайский глобальный рейтинг вузов по предметным областям – 2017. [Электронный ресурс]. – URL: https://ria.ru/abitura_world/20170628/1497106184.html.

БИЗНЕС-ИДЕЯ ПРОЕКТА – ПЕРВОЭЛЕМЕНТ УСПЕШНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА

О.А. Герасименко,

*канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга,
НИУ «БелГУ»*

Аннотация. В статье рассматриваются назначения и особенности современных бизнес-идей. Определен алгоритм работы над идеей, состоящий из этапов: определение сферы предпринимательства, выбор источника идеи, обоснование бизнес-модели, оценка бизнес-идеи.

Ключевые слова: бизнес-идея, проект, бизнес, алгоритм, бизнес-модель.

Управленческий и предпринимательский опыт, знание экономической теории и практики, навыки продвижения объектов на рынок и анализа финансовых результатов являются бесспорным залогом развития в большинстве сфер бизнеса. Однако если представить, что некая группа людей готова представить все эти инструменты, обращения к ним за универсальным прибыльным проектом будет пустой тратой усилий и времени без основного условия успеха – коммерческой идеи. Ни одна консультация и ни один лобби не сумеют гарантировать жизнеспособность проекту без конкурентоспособной и отвечающей требованиям рынка концепции, на основе которой строятся стратегия и тактика бизнеса. Необходимо понимание того, что существование компании или реорганизация какой-либо

стороны ее деятельности всегда является итогом претворения в реальную жизнь обоснованного проекта [1,2].

В случае планирования нового бизнеса назначением бизнес-идеи являются:

- детальное раскрытие сути и особенностей будущего бизнеса, а также краткая формулировка его идеи;
- описание соответствия коммерческой идеи существующим экономическим связям, макроэкономическим процессам и региональной рыночной специфике;
- перечень благоприятных для проекта национальных, культурных, отраслевых и иных факторов (в случае приведения статических данных – ссылки на информационные источники);
- перечень факторов, затрудняющих либо потенциально препятствующих развитию проекта (с возможными мероприятиями по снижению негативного воздействия);
- при наличии – экономическая политика поддержки создаваемого предприятия, а также возможные спонсоры и причины их заинтересованности в инвестировании.

В случае обоснования идеи реорганизации (диверсификации, объединения и пр.) существующего предприятия, нуждающегося в продлении жизненного цикла, идея отражает:

- первоначальные сведения о проекте;
- результаты исследования деятельности компании, свидетельствующие о необходимости внедрения проекта;
- статистическую и экспертную информацию, связанную с идеей проекта;
- идентификацию рисков практического внедрения проекта.

Кроме того, в обосновании касательно изменения существующих бизнес-процессов при возможности стоит обосновать роль ее инициаторов (инициативной группы).

В процессе разработки идейной основы принимается ряд стратегических решений. Иногда отсутствует необходимость, например, в выборе доступной экономической сферы (когда она определена) либо в поиске источника творческой работы.

Если же приступить к созданию идеи решено с нуля, можно воспользоваться определенным алгоритмом. Рассмотрим более подробно этапы, решение которых требует начало любого бизнеса [3].

1. Сфера предпринимательства: каждому человеку близка по духу та или иная практическая деятельность, отличная от других видов по содержанию (производственная деятельность, сфера услуг, коммерция, посредническая деятельность и пр.).

2. Источники бизнес-идей: неудовлетворенность определенной потребности (потребностей) платежеспособного населения или сферы субъектов экономики. Способы и методы удовлетворения такой потребности, а также канала доведения продукции до целевого рыночного сегмента – основа концепции прибыльного бизнеса.

В узком смысле под источником понимается облеченная в конкретную форму, как правило, информационная база для поиска идея бизнеса: специализированная литература, зарубежный опыт в аналогичной рыночной сфере, итог творческой работы в рамках заданной цели, сеть Интернет, результаты социологических и маркетинговых исследований и даже мысли «из ниоткуда». Не становятся правилами, однако иногда превращаются в действительно уникальные бизнес-идеи смелые и на первый взгляд нереалистичные задумки, которые их решительные авторы довели до победного конца.

Случайным образом возникли многие изобретения, без которых сложно представить современную цивилизацию. Бизнес-идеями можно назвать большую часть таких находок, поскольку они принесли разработчикам ощутимый доход. История пестрит подобными примерами, но, не заглядывая в дальнюю ретроспективу, можно вспомнить «неудачный» эксперимент химика Спенсера Сильвера из компании 3М. В 1980 году его попытка создать новый вид клея не достигла поставленной задачи: состав не мог крепко склеить две поверхности. Тогда сослуживец химика Арт Фрай предложил нанести вещество на бумажные листочки, чтобы использовать их для заметок. Идея привела к тому, что прибыль

от самоклеющихся разноцветных листочков составляла к 1999 году более одного миллиарда американских долларов в год. А в настоящее время стикеры есть в каждом офисе, у каждого менеджера, студента, многих хозяек и т.д.

Таким образом, чтобы не упустить свою бизнес-идею, нужно творчески подходить к решению возникающих проблем, ведь они – источник новых путей удовлетворения социальных потребностей.

Авторская деятельность по созданию бизнес-идеи условно разделяется на дизайн и генерацию. Дизайн идеи ближе к относительно готовым решениям, так как основывается на построении, комбинации, оптимизации исходных элементов («задумок») либо действующих в организации бизнес-процессов.

Визуализация означает способ активизации творческой деятельности при помощи зрительных образов или представления воплощения предпринимательского результата одни или несколькими способами. «Нарисовав» то, как именно можно производить товары или оказывать услуги, улучшить сервис, можно лучше уяснить суть бизнеса, выявить его сильные и слабые стороны как в процессе индивидуальной, так и коллективной работы.

Прототипирование предполагает конкретизацию проектируемой коммерческой деятельности с применением того или иного прототипа и количество которого ничем не ограничивается.

Написание сценариев и сторителлинг немного близки друг другу, поскольку затрагивают вероятностный аспект будущего бизнеса и могут предполагать множество альтернатив. Удивительно, но в крупных западных компаниях «истории из жизни» и всевозможные байки часто оказывают на руководителей или инвесторов желаемое воздействие, и выдуманные истории получают шанс воплотиться на практике. Соответствие же планируемым событиям в действительности даже может отойти на второй план.

Обозначим творческие методы поиска бизнес-идей. Метод маленьких человечков – применяется при реинжиниринге и предполагает разделение существующего бизнес-процесса на совокупности «маленьких человечков» в соответствии с выполняемой функцией (как правило, недостаточно эффективной) для уяснения проблемы и перестроения действия.

3. Модель бизнеса: оригинальная предпринимательская идея или выбор прибыльного и доступного рынка, с большой вероятностью обеспечивающего успешную деятельность, является важной предпосылкой конкурентоспособного предприятия. Однако бизнес-процессы осуществляются не автономно и хаотично, а подлежат структурированию в соответствии с определенными требованиями и экономической среды, особенностями выбранной сферы, характером проводимых коммерческих операций и т.д.

В общенаучном смысле абстрактное понятие эталона или образца какой-либо системы, общая схема описания структурных элементов и механизма их взаимодействия обозначаются термином «модель». Таким образом, упрощенное представление совокупности взаимосвязанных факторов предпринимательской технологии конкретной компании можно назвать ее бизнес-моделью. Мероприятия по разработке и внедрению бизнес-модели представляют собой этап стратегического планирования и объединяются под термином бизнес-моделирование.

Некоторые бизнес-модели абсолютно уникальны, но в современных условиях изобретение не поддающейся копированию и не сходной со всеми существующими схемами предпринимательской деятельности практически недостижимо [4,5].

4. Оценка бизнес-идеи: реальная экономическая практика обусловлена объективными закономерностями, и не все проекты оказываются жизнеспособными.

К основным причинам неудач новых товаров относят такие предпринимательские просчеты, как:

- отсутствие отличительных черт товаров, сбыт которых рассчитан на уникальность и отстройку от конкурентов;
- нечеткое определение рыночного сегмента;
- переоценка степени привлекательности рынка;

- необоснованно высокие производственные издержки или стоимость процесса разработки товара;
- непомерно значительные затраты времени на выпуск товара;
- непредвиденные задержки, продлевающие цикл производства;
- недостаточно эффективный маркетинг.

Компании, ориентированная на потребителей, рассматриваются в теории маркетинга как способная достичь значительного успеха. Изучение ключевых потребностей и предложение товаров и услуг, соответствующих ожиданиям покупателей в большей мере, чем продукция конкурентов – путь к увеличению спроса, а значит, и выручки от реализации, составляющей основу прибыли (таблица 1).

Таблица 1

Ценность бизнеса для потребителя

Положительные факторы потребительского выбора	Контраргументы потребительского выбора
Ценность продукции, удовлетворяющей нужды и потребности	Материальные издержки на приобретение товаров и услуг
Ценность услуги, удовлетворяющей потребности	Затраты времени на поиск, выбор и получение товара
Ценность квалификации или подготовки персонала	Затраты энергии на поиск, выбор и получение товара
Ценность имиджа производителя товаров и услуг	Эмоциональные переживания, связанные с потреблением

В то же время российская практика не исключает ситуации, когда малый бизнес принадлежит одному собственнику и подчиняется его решениям.

Фильтрация бизнес-идей может осуществляться по следующему ряду характеристик:

- первоначальные затраты;
- уровень конкуренции;
- спрос;
- легкость копирования;
- имидж;
- законность;
- потенциальная прибыль.

Таким образом, для того, чтобы бизнес был успешным необходимы: актуальная бизнес-идея, люди и капиталовложения.

Литература

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.07.2007г. №209-ФЗ (ред. от 02.07.2013).
2. Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений: Федеральный закон от 25.02.1999г. №39-ФЗ (ред. от 28.12.2013).
3. Зудбинова Т.Ю. Бизнес-планирование: лучший способ предотвратить ошибки / Т.Ю. Зудбинова.- Ростов н/Д: Феникс, 2014.- 237 с.
4. Тхориков Б.А. Методология индикативного управления организациями социальной сферы: проблемы целеполагания, метод TASKED / Б.А. Тхориков // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. - 2015. - Т. 36. - № 19-1 (216). - С. 39-42.

5. Тхориков Б.А. Проблемы целеполагания в системе государственного управления социальной сферой / Б.А. Тхориков // Историческая и социально-образовательная мысль. - 2016. - Т. 8. - № 1-2. - С. 164-166.

СУЩНОСТЬ И РОЛЬ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА

Н.В. Долбня

*аспирант кафедры «Экономическая
кибернетика», ГОУ ВПО «Донецкий
национальный технический университет»*

Аннотация. В статье рассмотрена сущность понятия «кластер» и признаки характерные для кластеров. Представлены преимущества географической концентрации фирм, условия для создания экологических кластеров и результаты их деятельности. Отмечена необходимость создания инновационно-ориентированных экологических кластеров в масштабах региональной экономики.

Ключевые слова: экологический кластер, конкуренция, инновационное развитие, географическая концентрация, экологические товары, региональное развитие.

Интенсивность протекающих мировых экономических процессов (интеграция, глобализация) оказывает непосредственное влияние на состояние экономики государств. Поэтому, существует необходимость разработки и внедрения теорий, позволивших бы закрепить позиции государства на международной арене. Последнее время особую популярность имеет концепция кластерного подхода. Адаптация данного подхода для региональной экономики имеет важное значение, так как именно ее применение способствует:

- повышению производительности фирм и отраслей народного хозяйства;
- созданию возможности для инновационного производственного роста;
- стимулированию и облегчению формирования нового бизнеса, нацеленного на инновации.

Понятие «кластер» встречается во многих отраслях знаний: математике, химии, физике и экономике и пр. В экономике этот термин исходит от работ А.Маршалла, А. Леша, У. Айзарда, в советское время к этому термину прибегали А.П. Горькин и Л.В. Смирнягин, в 70-х годах прошлого века шведские бизнес экономисты К. Фредрикссон и Л. Линдмарк использовали его для обозначения скопления предприятий в пространстве. После упоминания этого определения М. Портером 1990-х годах, в разработанной им концепции, термин стал широко использоваться.

Существует много видов и определений кластеров, они различаются по масштабу и направленности, но можно проследить единую суть, заключающуюся в следующем: кластер представляет собой группу географически локализованных взаимосвязанных компаний, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных услуг, инфраструктуры, научно-исследовательских институтов, вузов и других организаций, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом [1]. В табл. 1 приведены признаки, характерные для кластеров.

Все части кластера находятся в тесной кооперации и конкуренции (предприятия и организации, которые входят в состав кластера, преимущественно самостоятельные хозяйствующие субъекты, конкуренция внутри кластера очень важна для развития кластера, больше чем кооперация): происходит обмен кадрами, новыми технологиями и инновациями, осуществляется совместное пользование инфраструктурой, услугами и рекламно-маркетинговым продвижением. Отрасли промышленности, которые входят в

кластер, объединяются исходя из степени межотраслевой циркуляции продукции и знаний (поток технологий, зависящие от приобретения продуктов и промежуточных товаров в других отраслях, взаимодействием между их производителями и пользователями; техническое взаимодействие и совместные исследовательские проекты, взаимодействие персонала)

Таблица 1

Признаки, характерные для кластеров

Признаки, характерные для кластеров	Сущность	Положительный эффект
Конкуренция	Оптимизация системы внутри кластера	Конкуренция внутри кластера улучшает и повышает возможности кластера для участия в глобальной конкуренции
Инновации	Внедрение инноваций в производственную цепочку предприятия и применяются к рыночной стратегии конкретных компаний	Новый инновационный виток в развитии всего кластера
Взаимодействие и обмен информацией	Принятие и распространению внутренних систем ограничений, выражающихся в стандартах и типовых процедурах	Развитие системы профессиональной подготовки специалистов и упрощение перемещения персонала между хозяйствующими субъектами, что, в свою очередь, ведет к дальнейшему распространению знаний
Территориальная концентрация участников	Налаживание взаимодействий среди участников кластера, исходя из географического расположения	Повышение эффективности системы поставок сырья, компонентов и комплектующих; получение дополнительного к качественному специализированному сервису.

При налаживании взаимодействия между организациями нужно исходить из географической концентрации фирм, так как данное условие имеет ряд преимуществ (рис 1.).

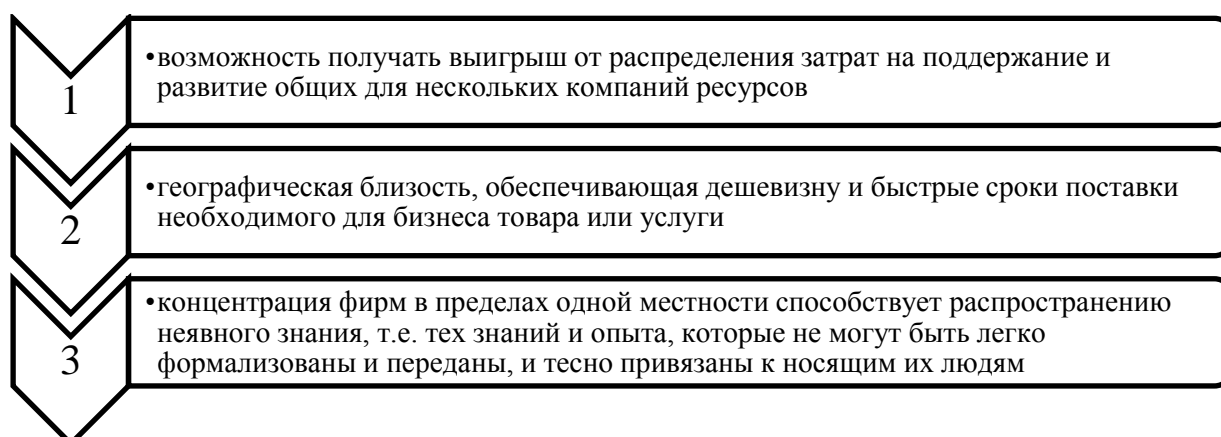


Рис. 1 Преимущества географической концентрации фирм

Для современного бизнеса очень важна эффективная политика в области экологии. Экологические приоритеты имеют огромное значение во всех отраслях промышленности. Кардинально повлиять на состояние экологии можно используя современные инновационные технологии [10].

Экологические кластеры создаются в процессе удовлетворения экологических потребностей общества, которые возникают в процессе взаимодействия «природа – общественное производство» и заключающихся в обеспечении рационального использования природных ресурсов, в защите и восстановлении компонентов окружающей природной среды, в табл. 2 (Источник [9]) представлена совокупность экологических услуг, работ, продукции, являющейся результатом функционирования организаций, предприятий и учреждений кластера в зависимости от экологических потребностей общества.

Таблица 2

Примеры экологических товаров, работ и услуг, предоставляемых организациями, входящими в кластер

Товары, работы и услуги	Примеры
Товары, работы и услуги, направленные на стимулирование природоохранной деятельности и предотвращение негативных экологических последствий функционирования общественного производства	<ul style="list-style-type: none"> • экологическое образование, воспитание, подготовка кадров, экологическая пропаганда; • разработка правовых, нормативных и методологических материалов и документов; • организационное улучшение систем управления природоохранительной деятельностью и систем экологического контроля; • НИОКР, разработка и испытание новых технологий, устройств и средств контроля; • инженерно-экологические изыскания, ОВОС, мониторинг, экологическая экспертиза; • организация региональных банков эколого-экономической информации; • строительство, техническое перевооружение, реконструкция, модернизация природоохранительных и средозащитных объектов; • экологическая модернизация и техническое перевооружение производственных комплексов.
Товары, работы и услуги, направленные на уменьшение и ликвидацию негативных экологических последствий функционирования общественного производства	<ul style="list-style-type: none"> • поддержание здоровья населения, медико-экологическое страхование; • ликвидация гигиенических, медико-биологических и экологических последствий аварий; • технические меры по достижению нормативных расходов и эмиссий, санация среды, территорий, природных объектов; • рекультивация, восстановление разрушенных природных комплексов, объектов, экосистем; • поддержание устойчивости природных комплексов и стандартов качества среды.

Формирование экологического кластера происходит по инициативе государства из-за особенности экологического бизнеса заключающихся в том, что природные ресурсы не созданы человеком и не могут быть полностью присвоены ни человеком, ни коллективом, ни страной. Поэтому возникает необходимость обеспечения оптимального и стабильного

равновесия при использовании ресурсов и природных объектов человеком. На рис. 2 представлены результаты функционирования экологического кластера.

В мировой практике для крупных компаний существует тенденция концентрации на стратегических направлениях деятельности с делегированием производства промежуточных продуктов и сферы основных услуг другими. Создание кластеров влияет на малый бизнес, который способствует инновационной ориентации и созданию новых технологий, организации и управления [4,9].

Выгоды для бизнеса от развития экологического кластера, в общем, состоят в повышении эффективности и снижении издержек, освоении рынков, повышение гибкости и инновационного потенциала при создании новых продуктов и технологий.

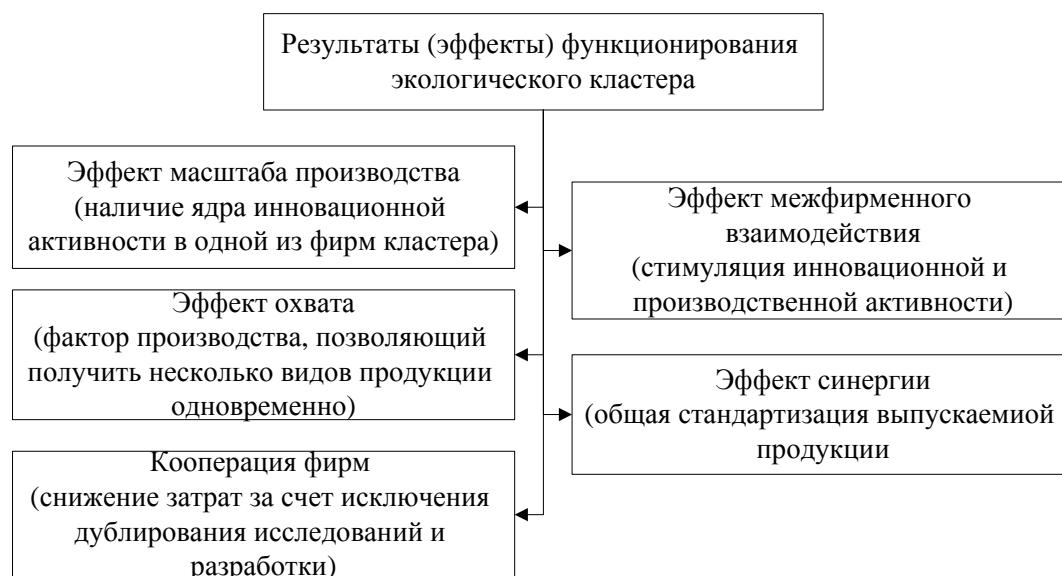


Рис. 2 Результаты функционирования экологического кластера

Формирование кластера, в том числе и экологического, происходит за счет решения следующих проблем, определяющих условия создания кластера, участниками процесса [6]:

- 1) компетенции внутри кластера;
- 2) форма распределения добавочной стоимости между всеми участниками кластера;
- 3) гарантии технологической, экономической, социальной, организационной результативности предприятий-участников кластера;
- 4) эффективное развитие всех участников кластера;
- 5) гарантии социально-эколого-экономического развития региона.

Предприятия, образующие кластер, получают доступ к специализированным и производительным человеческим ресурсам, что дает возможность доступно и качественно проводить НИОКР. Организациям для развития и внедрения инновационной деятельности следует обращать внимание на опыт развитых стран. Государственная поддержка – немаловажный фактор повышения инновационной деятельности, поддержки и развития инноваций [5].

Денисов Ю.Д. в [3] рассмотрел стратегию инновационного развития в Японии. Эта страна является по мнению многих авторов передовой в экономическом процессе. Одной из основных особенностей Японии в экономической сфере – внедрения инноваций в различные сферы жизни. За счет чего происходит совершенствование качества продукции, рост материального состояния и повышается авторитет страны на международной арене. Это происходит по причине того, государство постоянно разрабатывает рекомендации и стратегии, предлагает различные варианты стимулирующих мер для перехода на путь инновационного развития.

По мнению Вороновой В.С. [2] высокие темпы подъема экономики можно достигнуть путем скоординированных действий в сфере развития национальной

инновационной системы. Формирование инновационной инфраструктуры – фактор стимулирующий эффективное инновационное развитие страны. В инновационной инфраструктуре большое значение имеют инновационные предприятия, специализирующиеся на достижениях науки и техники.

Опыт, накопленный мировым сообществом, в управлении инновационным и научно-техническим развитием регионов демонстрирует процесс синтеза научных, промышленных, экономических и социальных процессов в форме специфических новообразований, которые получили название инновационных кластеров. Созданные формы являются толчком к созданию и использованию нововведений [3].

Оценить инновационную активность государства можно по количеству зарегистрированных патентов и выполненных НИОКР, а также по затратам на инновационную деятельность. На рис. 3 представлен общий объем затрат по направлениям инновационной деятельности в Украине за 2017 г. по данным [7]. Из рисунка видно, что наибольшая статья расходов - покупка машин, оборудования и инновационную активность много обеспечения, которая в несколько раз превышает статью расходов на собственные исследования и разработки.

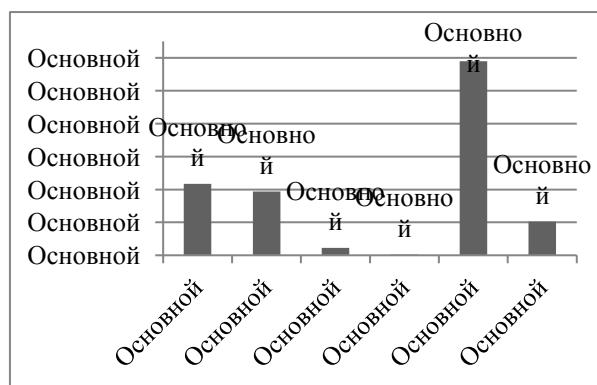


Рис. 3 Общий объем затрат по направлениям инновационной деятельности за 2017г, млн.грн. 1 – Исследования и разработки; 2 – Внутренние научно-исследовательские работы; 3 – Внешние научно-исследовательские работы; 4 – Покупка других внешних знаний; 5 – Покупка машин, оборудования и программного обеспечения; 6 – Другие затраты

Затраты на технологические, маркетинговые и организационные инновации по Российской Федерации с 2010 г. по 2016 г. возросли с 411008,8 до 1298444,5 млн. руб. соответственно.

Из рис. 4 виден рост количества организаций, которые выполняют научные исследования и разработки в РФ, в Украине ситуация противоположная и наблюдается снижение удельного объема выполненных научных и научно-технических работ. Однако, при должном внимании государств можно стимулировать увеличение представленных показателей с помощью грамотной инновационной политики, которая должна быть направлена на экологизацию экономики.

Итак, во многих странах растет интерес к формированию и поддержке кластеров, происходит активизация государственной политики в этой сфере. Рассматривая применение концепции кластерного подхода, можно сделать вывод о возможности найти точки роста для каждого конкретного региона, обеспечивая его победу в конкурентной борьбе за счет использования современных достижений коммуникации, координации и кооперации, а так же сотрудничества. Инновационная ориентированность организаций сможет стимулировать повышение безопасности деятельности предприятий для экологии. Именно инновационно-ориентированные экологические кластеры, могут стать базисом экономического роста региона, увеличения налоговых поступлений в региональный бюджет, создать дополнительные рабочие места.

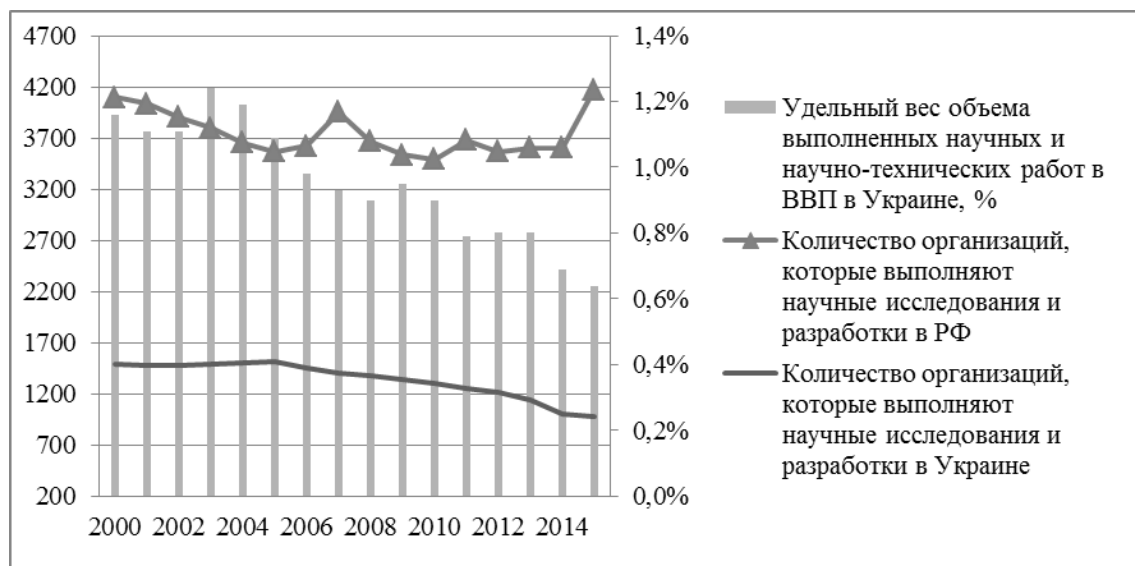


Рис. 4 Количественные показатели научной деятельности в Украине и РФ (Источник [7,8])

Литература

1. Адамова, К.З. Кластеры: понятие, условия возникновения и функционирования / К.З. Адамова // Вестник Саратовского государственного технического университета –2008. – №3(34). – С. 129-135.
2. . Воронова, В.С. Инновационная система Японии в условиях глобального финансово-экономического кризиса/ В.С. Воронова//Социально-экономическое развитие государств Евразии. –2014. –№ 1. – С.222-223.
3. Денисов, Ю.Д. О японской стратегии инновационного развития [Электронный ресурс] / Ю. Д. Денисов. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/o-yaponskoj-strategii-innovatsionnogo-razvitiya/>. (Дата обращения 03.09.18)
4. Казанцев, А.К. Инновационные кластеры в региональных стратегиях/ А.К. Казанцев, И.А. Никитина // Труды 7-й Международной научно-практической конференции «Регионы России: стратегии и механизмы модернизации, инновационного и технологического развития». Москва: ИНИОН РАН, 2011: [Электронный ресурс] – Режим доступа:<http://rudocs.exdat.com/docs/index-351511.html>. (Дата обращения 03.09.18)
5. Коваленко, Т.В. Анализ инновационной активности предприятий Донецкой области / Т.В. Коваленко // Проблемы экономики и менеджмента– 2014. –№ 11 (39). – С. 28-33
6. Малыш, Е.В. Выявление инновационных агрокластеров / Е.В. Малыш // Региональное развитие: стратегии и человеческий капитал: материалы Международной научно-практической конференции, [г. Екатеринбург], 10-11 апреля 2014 г.: в 2-х т. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. – Т. 2. – С. 44-55.
7. Официальный сайт Государственного комитета статистики Украины: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Федеральная служба государственной статистики http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science/#
9. Шохова, П.А. Эколого-экономический кластер как перспективное направление экологизации экономики [Электронный ресурс] / П.А. Шохова, Л.Г. Елкина, Н.Г. Копейкина // Вестник Уфимского государственного авиационного технического университета. – 2012. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologo-ekonomicheskij-klaster-kak-perspektivnoenapravlenie-ekologizatsii-ekonomiki>. – Дата обращения 18.04.2018

10. Шигабутдинов, А.Ф. Экологические приоритеты инновационной деятельности промышленных предприятий/ А.Ф. Шигабутдинов // «Актуальные проблемы экономики и права». – 2011. – № 1 – С. 158-163.

О ПРОБЛЕМАХ ПРЕОДОЛЕНИЯ СОПРОТИВЛЕНИЯ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

Н.И. Долинский

*кандидат педагогических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента и маркетинга,
НИУ «БелГУ» (Белгород, Россия)*

Аннотация. В статье исследуются проблемы возникающие в организации при проведении организационных изменений. На основе проведенного анализа предлагаются основные принципы которыми должны руководствоваться менеджеры при проведении организационных изменений. Выделены основные группы по главным источникам возникновения сопротивления.

Ключевые слова: изменения, организационные изменения, сопротивление изменениям, причины сопротивления организационным изменениям, изменение культуры организации.

Введение. Нарастающие темпы рыночных изменений последних двух десятилетий основательно затронули характер деловых организаций. Компании отказываются от старых иерархических моделей с их функциональными подразделениями и ясно обозначенными компетенциями и переходят к более плоским, менее бюрократизированным структурам. Лозунг новых организаций - гибкость. Их цель - быстро адаптироваться к переменам, обеспечив эффективное взаимодействие между всеми составными частями организации без длинной цепи инстанций [4, С.26].

Результаты и их обсуждение. Изменения в организации происходят постоянно. Но далеко не все они могут быть отнесены к организационным. Например, некоторый рост производительности труда за предыдущий месяц, уход на пенсию сотрудника или принятие на освободившееся место молодого работника - все эти изменения происходят в организации, но не являются, тем не менее, организационными. Организационные изменения оказывают влияние на организацию в целом. Это системные изменения организации.

Организационные изменения выражаются в прогрессивном изменении; миссии, целей организации; организационных функций; организационных структур; организационных технологий; персонала организации.

Изменения в организации всегда сопровождаются сопротивлением. По сути, сопротивление является реакцией социальной системы на воздействие, т.е. может рассматриваться как обратная связь.

С точки зрения наук о поведении - сопротивление представляет собой естественное проявление различных психологических установок в отношении реальности, согласно которым группы и отдельные индивиды взаимодействуют друг с другом.

С нашей точки зрения - сопротивление является проявлением иррационального поведения, отказ признать новые черты реальности, размышлять логически и реализовывать на практике выводы логического мышления.

Работа по созданию синтетической модели сопротивления организационным изменениям требует методологического обоснования. Прежде всего, необходимо сформулировать исходные методологические установки, касающиеся нормативных требований и принципов исследования сопротивления и торможения организационным

изменениям. Теоретический анализ процессов сопротивления организационным изменениям и практика менеджера должны опираться на следующие исходные принципы:

1. *Для корректного управления процессами изменений необходимо определить характер сопротивления* (конструктивный, деструктивный, смешанный). Зачастую сопротивление изменениям приводит к перерасходу ресурсов, отсрочке реализации нововведений, разрушению организационной культуры. Поэтому сопротивление изменениям чаще всего трактуется субъектами управления как негативное явление, снижающее конкурентоспособность организации. Следуя такой логике можно считать, что любое санкционированное субъектом управления структурное изменение в организации направлено на ее совершенствование. Сопротивление же изменениям приводит к незапланированным издержкам, затрудняя и нарушая процесс формирования у организационной системы новых положительных качеств. Но при этом многие виды сопротивления могут быть управляемыми и контролируемыми.

Следует помнить что сопротивление изменениям может носить и конструктивный характер, обеспечивая правомерный пересмотр необоснованных и даже авантюрных изменений, не отвечающих реалиям контекста и исторических тенденций функционирования организации. Во-первых, сопротивление работников могут быть индикаторами реальной неготовности предприятия к изменению и необработанности самого плана структурных изменений. Во-вторых, критика предполагаемого к внедрению изменения может послужить толчком к его усовершенствованию, более тщательной его «подгонке» к особенностям предприятия, а значит - факторам более успешного внедрения, получения дополнительного социально-экономического эффекта. В-третьих, сопротивление организационным изменениям со стороны отдельных людей и групп может служить индикатором негативных социальных последствий изменений и справедливости требований сопротивляющихся работников.

2. *Сопротивление изменения является естественным, закономерным и необходимо возникающим процессом*, сопровождающим любые организационные изменения. Причем чем выше способность организации к воспроизводству собственной структуры или чем выше структурная инерция организации - тем сильнее сопротивление структурным изменениям в организации.

К. Левин выделял движущие и сдерживающие силы, которые стремятся к квази-стационарному равновесию. Наилучшим решением, по К. Левину, является уменьшение интенсивности сдерживающих сил. При этом «до тех пор, пока групповые стандарты не будут изменены, индивид тем сильнее будет сопротивляться изменению, чем сильнее ему придется отклониться от этих стандартов. Если групповой стандарт (норма) сам будет изменен, изменение, основанное на отношении индивида к групповому стандарту, будет устранено»[2, С.364].

3. *Сопротивление изменениям - комплексное и многомерное явление*. Следовательно, и анализ его должен быть всесторонне продуманным и системным. Всякая конкретная форма проявления сопротивления уникальна, так же как и среда его протекания, поэтому использование какой-то одной из существующих методологий исследования может оказаться недостаточным. Сопротивление изменениям протекает на нескольких уровнях: индивидуально-психологическом, групповом, организационном и надорганизационном. Комплексный анализ причин возникновения сопротивления изменениям, условий его протекания, факторов его перемены, планирование действий по установлению контроля над сопротивлением, его профилактике и нейтрализации возможен только при исследовании феномена на всех вышеуказанных концептуальных уровнях.

Причины возникновения сопротивления изменениям закономерны, конкретны и естественны. Их можно сгруппировать по главным источникам возникновения сопротивления:

1. Индивидуально-психологическое неприятие изменений выражает несогласие индивида с логикой принятия решений в организации, неприятие им морального аспекта и

возможных социально-экономических последствий. Организационное изменение может угрожать индивиду потерей власти, изменением его статусно-ролевой позиции (включая функции, вознаграждение, ответственность), когда ценностные ориентации индивида, его знания и навыки могут не совпадать с требованиями нововведений.

В книге «Life and Death in the Executive Fast Lane» Манфред Ф.Р. Кэ де Ври объясняет, что «изменения... спускают с цепи множество страхов: страх неведомого, страх потерять свободу, страх потерять власть и должностные полномочия и, наконец, опасение лишиться комфортных условий труда и денег» [5, С.26].

Пол Стрибл, руководитель рассчитанной на управляющих международного уровня Программы изменений в Международном институте подготовки менеджеров (IMD) в Лозанне, утверждает, что люди противятся переменам прежде всего потому, что крупные преобразования меняют условия личных соглашений, регулирующих отношения работников в организации [7, С.86].

Изменения предполагают отказ работников от сложившихся привычек. Джон Коттер описывает историю Фрэнка, управляющего крупной корпорацией, который гасил любую инициативу и творчество в компании. У него «много взаимосвязанных привычек, дополняющих стиль его управления. Если Фрэнк изменит хотя бы один аспект своего поведения, то остальные элементы его целостного поведения начнут давить на него, требуя восстановить статус-кво. От Фрэнка ожидают, что он изменит всю совокупность своих привычек, но это может быть так же трудно, как пытаться одновременно бросить курить, пить и есть жирное» [1, с.110].

Страх работы в новых условиях, боязнь не справиться с новыми обязанностями и страх ответственности за совершение ошибочных действий, нежелание оказаться на более низкой властной ступени, потери полномочий и другие факторы являются причинами сопротивления нормативным требованиям новой модели поведения в организации.

Организационные изменения приводят к изменению в самой структуре компании. В организации мы можем отчетливо наблюдать неравенство распределения ресурса власти. Лица, проводящие такие нововведения (разработчики, проектировщики, организаторы), рассчитывают, в большинстве случаев, на приобретение в новых условиях больших властных полномочий. Ресурс власти ограничен, а организационные изменения приводят именно к перераспределению данного ресурса. Таким образом, появляется конфликт между теми, кто обладает данными ресурсами и теми, кто не обладает таковыми.

2. Групповое неприятие организационных изменений связано с - угрозой потери власти и престижа группы, связанных с ними символов статуса; характером группового менталитета («коллективным сознанием», «коллективным бессознательным»), обуславливающим существование известного феномена групповой инерции; угрозой системе распределения ресурсов между группами; изменением качества взаимосвязей между формальной и неформальной структурами организации; возникновение ситуации «неопределенности» существования группы.

Организационные изменения нарушают устойчивые формы отношений, которые сложились при взаимодействии различных групп в компании. Изменение статуса, привычных взаимоотношений как внутри, так и вне группы приводит к сплоченному сопротивлению. Сотрудники могут объединяться в группы под давлением новых требований, питая друг друга силой к сопротивлению, также как разработчики, проектировщики, организаторы и их поддержка объединяются в одну команду для продвижения идеи.

Несогласие с новым положением вещей, новыми нормами приводит к организации команд сопротивления, цель создания которых - реализация собственных интересов в новых условиях или же возврат старых принципов работы. Когда сила сопротивления создает угрозу существованию организации, интересы этой команды могут быть реализованы. Р. Мертон отмечал, что социальная дезорганизация исходит из неадекватности или нехватки в социальной системе взаимоотносящихся статусов и ролей,

так что коллективные цели и индивидуальные задачи ее членов менее полно реализуются, чем это могло бы быть в альтернативно действующей системе. Дисфункция же означает нарушение реализации некоторых общих целей (в нашем случае целей нововведения) и нарушение базисных связей [3, С.873].

3. К структурным барьерам, служащим источниками возникновения сопротивления организационным изменениям следует относить: угрозу со стороны нововведений утвердившимся в организации образцам деятельности, технологиям (в т.ч. управления), способам ведения хозяйственной деятельности, характеру разделения труда, которые в момент инициирования нововведений отличаются относительной эффективностью; возможность возникновения неприемлемых финансовых и социальных последствий и издержек организационных изменений; превышение нормы «детерминированности» и фокуса возможных изменений; превышение приемлемого уровня несоответствия организационной культуры и структуры власти предстоящим переменам; чрезмерная жесткость «зафиксированных параметров» организации (социальных, технологических, культурных); неприемлемые риски, угрожающие разрушением культуры организации.

Пример структурных барьеров ярко описал Уильям Пасмор. Он говорит о попытке осуществить перемены, в которой он участвовал в начале своей карьеры. Эта попытка была предпринята в связи с провалом одного товара на рынке, что обусловило необходимость начать производство другого товара, внедрять новые технологии и новую организационную модель, причем все три изменения надо было осуществлять одновременно. Автор отмечает, что вначале приходилось выпрашивать абсолютно все, за исключением имевшихся трудовых ресурсов» [6, С.12]. Зачастую инициаторы изменений оказываются не в силах получить поддержку организационной структуры, деловых систем, технологий, ключевых должностных лиц, квалифицированной рабочей силы, культуры и интегрировать все это в свою деятельность.

Заключение. Таким образом, в условиях возникновения сопротивления по причинам, связанным с угрозой нарушения организационной культуры, необходимо, в первую очередь, выяснить конкретные противоречия новых требований и устоявшихся норм. Если организационные изменения приводят к разрушению существующей культуры, то лучше отказаться от них. Самая сложная проблема управления - изменение культуры. Это долгосрочная перспектива любых организационных изменений. Даже если мы говорим об инновациях в технологии, продуктовых инновациях - все они неизбежно приводят к перестройке культуры организации. Несмотря на то, что культура сама по себе является самой инерционной составляющей в компании, она постепенно видоизменяется и подстраивается под новые условия. Это долгий процесс, ускорить который очень трудно. Для этого необходимо проводить ряд мероприятий, направленных на приобретение инновационной культуры организации, способствующей нововведениям. Это и есть основная проблема и задача управления в период организационных изменений.

Литература

1. Коттер, Д. П. Впереди перемен / Д.П.Коттер. - М.: Олимп - Бизнес, .2015. - 256с.
2. Левин, К. Динамическая психология: Избранные труды – К. Левин. – М: Смысл, 2001. – 572с.
3. Мертон Р. К. Социальная теория и социальная структура / Р. К. Мертон. – М.: АСТ: Хранитель, 2006. – 880с.
4. Ильинский, И.В., Щербакова, Д.В. Организационные инновации: причины торможения и сопротивления // Дизайн. Материалы. Технология. - 2013. - № 3 (28). - С. 114-119.
5. Kets de Vries M. Life and Death in the Executive Fast Lane. San Francisco, - 1995, Pp. 260.
6. Pasmore W. Creating Strategic Change: Designing the Flexible High-Performing Organization. New York, - 1994. Pp. 420

7. Strebels P. Why do Employees Resist Change? // Harvard Business Review. - 1996. May-June. Pp. 586.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ И УПРАВЛЕНИИ

И.В. Кравцова

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры финансовых услуг и банковского дела, ГОУ ВПО «ДонАУиГС»*

В.Ю. Васильева

*студент ОУ «магистр»
ГОУ ВПО «ДонАУиГС»*

Аннотация. В данной статье рассматриваются особенности управления компаниями в условиях цифровизации и глобализации экономики, а также анализируется потенциал использования современных гибких технологий управления в данных условиях. Основное внимание концентрируется на концепции активного (Agile) производства. На основе изучения проблематики выделены целевые направления развития Agile, в которых, по экспертным оценкам, наиболее рационально осуществлять изменения в целях развития гибкости бизнеса. Рассматриваемая тематика работы также углубляется рассмотрением процесса оценки ожидаемого эффекта и необходимых издержек от запланированных изменений для формирования объективной информации для принятия управленческих решений в данном направлении.

Ключевые слова: гибкие технологии управления, цифровизация экономики, Agile, эффективность управленческой технологии.

Введение. Развитие цифровой экономики – экономики нового технологического поколения, основанной на интеллектуализированной автоматизации процессов, в том числе управленческих, информатизации общества и глобализации коммуникаций, предъявляет неординарные требования к развитию современных компаний [6, с. 49]. Двигателем прогресса в сегодняшних реалиях становится скорость реакции социально-экономической системы на изменения внешней и внутренней среды. Эти глобальные изменения сопровождаются развитием принципиально новых управленческих технологий, обеспечивающих эффективное развитие компаний в условиях неопределенности и высокой изменчивости рынков [2].

Методы и организация исследования. В процессе исследования использовались такие общенаучные методы познания действительности, как теоретическое обобщение, сравнение и систематизация; методы статистического анализа, количественный и качественный подходы оценки реальности.

Результаты и их обсуждение. Под технологией управления принято понимать осознанную совокупность процедур или операций, осуществляемых руководителем в процессе воздействия на объект управления для достижения конкретной цели [7, с. 26]. Целью применения той или иной технологии управления является повышение эффективности воздействия субъекта управления на объект в ходе достижения заданных результатов.

Понятие управленческой технологии необходимо отграничить от понятия управленческого процесса, так как их принципиальное отличие заключается в исходном посыле реализации. Если процесс отражает естественный, последовательный ход событий, корректируемый влияющими на него внешними факторами, то технология представляет собой сознательно сформированную логику действий с фиксированной целью и заданными ограничениями [4]. Реализация каждой функции менеджмента требует использования

специфических технологий. Как следствие преобразование управленческой деятельности в условиях цифровой экономики происходит во всех разрезах: целеполагание, анализ, планирование, организация, мотивирование и контроль. Для обеспечения гибкости все функции претерпевают изменения:

1. Целеполагание осуществляется по технологии стратегического мышления, задействующей, что позволяет развиваться компании в условиях неопределенности через самостоятельное формулирование желаемого будущего результата, а не прогнозирования его путем экстраполяции.

2. Анализ в условиях цифровизации экономики, во-первых, базируется на основе не экспертных оценок, а результатах анализа больших данных, во-вторых, оценка трендов и фактор осуществляется относительно заданного будущего результата, а не исходного положения компании.

3. Планирование теперь требует использования технологии выстраивания шагов достижения цели из будущего в настоящее, что позволяет определить, что компания должна делать сегодня, чтобы ее «завтра» состоялось.

4. Организация – эта функция предполагает распределение задач и ресурсов руководителем между исполнителями, однако сегодня этот процесс стал делегироваться на уровень команды исполнителей, что существенно повышает его качество, ускоряет реализацию и, одновременно, повышает мотивацию исполнителей.

5. Мотивация. В современных условиях технологии мотивации смещают акценты со стимулирования на моральное мотивирование персонала через командное взаимодействие, эффективное раскрытие потенциала личности человека и социальную ответственность бизнеса.

6. Контроль преобразуется в условиях цифровых трендов в самоконтроль, сокращая пирамиду административных уровней и тем самым существенно повышая ее эффективность.

7. Координация обеспечивается через использование потенциала коллективного разума, что приводит к осознанности действий и скорости реакции бизнеса на изменения внешних и внутренних факторов.

Тем самым наиболее простым показателем гибкости компании может стать время, в течение которого процессы смогут работать без вмешательства руководства, не теряя результативности, адаптируясь самостоятельно к текущим условиям на экономических рынках. Часть компаний интуитивно осознают и реализуют имеющиеся возможности для повышения гибкости, другие берут на вооружение модели управления, формализованные различными авторами.

Выбор руководителей в условиях изменчивой внешней и внутренней среды все чаще приходится на такие гибкие технологии управления как коучинг, Agile, QRM (Quick Response Manufacturing) [4]. Они помогают, в общем смысле, решать многие проблемы не свойственные для традиционного менеджмента, в частности, интегрировать творческий хаос и необходимый порядок, короткими шагами балансируя экономическую систему. Гибкие технологии в первую очередь проявили себя в разработке программного обеспечения и проистекают из самой его природы (soft = «мягкий»). Они базируются на основе общеизвестного манифеста и принципах, а также включают в себя сложившиеся каркасы, пакеты решений или так называемые «фреймворки», базирующиеся на гибких технологиях Agile, например: Scrum, Kanban, FDD, DSDM и т.д.

Важно отметить, что многие подходы Agile позволяют по-новому организовать работу в условиях неопределенности и постоянно меняющихся условиях, но не совсем корректно утверждать, что эти методы были разработаны недавно. Скорее они в какой-то степени были стандартизированы до достаточного уровня, т. е. были соединены старые элементы в новом сочетании (таким способом часто рождаются новации).

На текущий момент гибкие подходы доказали свою состоятельность не только в IT-компаниях, инструменты методологии используют в рекрутинге, консалтинге, маркетинге, PR, бухгалтерских фирмах и на промышленных предприятиях, особенно при разработке новой продукции. Проведенные исследования свидетельствуют, что существующие на

текущий момент agile-технологии только набирают свою популярность в российском бизнесе: половина респондентов отмечают, что в их организациях внедрение Agile началось ориентировочно около одного года назад. При этом средний опыт применения agile-инструментов составляет более трех лет, а 41% респондентов познакомились с гибкими технологиями не больше одного года назад [2]. По данным компании «VersionOne» рост применения Agile в не IT-секторе за 2017 год значительный – только 23% респондентов были из сферы разработки программного обеспечения [4].

Согласно проведенному исследованию [2] более 13% респондентов, не имеющих отношения к IT, заняты в тяжелой и легкой промышленности – новой для Agile области, однако применение гибких подходов в ней набирает обороты стремительными темпами. Эти результаты подтверждают тезис о том, что, хотя agile технологии и возникли внутри IT-сферы, но они уже давно вышли за ее пределы. Согласно данным Scrum Alliance за 2016 г. 21% проектов, выполненных по Scrum, не имели отношения к сфере IT, так 45% подразделений относятся к производственной сфере. В первую очередь рекомендуется обратить внимание на гибкие подходы промышленными компаниями:

- оказывающим производственные услуги (аутсорсеры);

- производителям сложного технического оборудования и электроники с высокой степенью кастомизации под потребности клиента, превышающей порог около 30%;

- представители Fashion-индустрии;

- производители продуктов, спрос на которые сложно прогнозируем и т.п.

Далеко не у всех компаний есть необходимость в использовании Agile. Внедрение гибких методологий вероятнее всего не принесет эффекта компаниям, которые:

- занимаются добычей и обработкой сырья;

- выпускают товары повседневного спроса, а также товары с длительным жизненным циклом [3].

Обусловлено это тем, что гибкие технологии помогают создавать что-то неопределенное до конца, ни со стороны клиента, ни со стороны производителя. В такой ситуации, не представляется возможным продумать долгосрочный план действий при производстве, например, более чем на 2 месяца вперед, потому что обстоятельства во внутренней и внешней среде предприятия могут кардинально измениться и зависеть от большого количества динамическим параметров.

Многие компании стараются внедрить Agile, увидев, что он действует и приносит позитивный эффект, например, в виде прибыли. При этом интенсивность внедрения Agile в отечественных компаниях весьма весома, в частности, согласно [2] более 40 % респондентов, применяют гибкие методологии около 1 года назад, при этом внедрили Agile во всей или в большей части компании. Но следует отметить, иногда это может разрушить бизнес. Условия, при которых рекомендуется использовать Agile, помимо общеизвестных (мотивированность персонала, понимание целей внедрения топ-менеджментом компании и т. п.), возможно сформулировать таким образом:

- когда заказчик готов регулярно взаимодействовать с командой производителя;

- когда у производителя имеется потребность в быстром запуске продукта при условии его дальнейшей доработки;

- если у клиента нет конкретного видения конечного результата производства, четкого ожидаемого результата, но понимание активным образом приходит во время производства;

- если нет строгой привязки к бюджету и срокам, расчет которых при работе над уникальными продуктами может занять больше ресурсов, нежели само производство;

- готовность промышленной компании к переходу от больших функциональных подразделений к обособленным, самостоятельным и небольшим структурам (при этом важно иметь готовность проводить кадровые замены исходя из несовпадения ценностей компании и сотрудников).

Многие неудачи при внедрении и использовании гибких технологий связаны с несовпадением реалий с вышеуказанными требованиями, а также отсутствие осознания

того, что в командной работе всегда идеальных ситуаций и условий не может быть. Даже при отлаженной организации рабочего процесса существуют два момента, которые нужно помнить: работа ведется людьми, а им свойственно ошибаться, а также необходимо придавать высокую важность качеству и эффективности коммуникации, возникающих в команде и с иными стейкхолдерами [4].

Возможно проследить применимость указанных условий использования Agile на примере отечественных компаний, разрабатывающих программное обеспечение. Например, клиенту необходим сайт для своей компании, при этом он лишь ориентируется по оформлению на фирменный стиль и понимает, что должна быть возможность настроить дополнительный поток заказов через разрабатываемый сайт. В свою очередь, он начинает поиск контрагента для разработки данного сайта, ожидая получить коммерческое предложение с конечной стоимостью сайта, согласно его представлениям. После выбора контрагента по стоимости компания разработчик, согласовывая макеты, функциональные требования и т.д., производит сайт. При таком простом процессе, с большой долей вероятности произойдет противоречие ожиданий, т.к. выбор контрагента происходил по стоимости полного комплекса работ. Компания-разработчик, понимая ожидания клиента стремится снизить стоимость работ за счет необязательных этапов работ, например, корректная работа web-сайта на мобильных устройствах (об этом клиент даже не задумывался), т. к. данная доработка также трудозатратна. При этом, клиент после согласования макетов и ТЗ не заинтересован проводить промежуточных приемок работ, он лишь ожидает конечный результат в установленный срок. После проведенной разработки, происходит передача продукта клиенту, во время которой открываются новые особенности, например, что основная часть клиентов будет заходить на сайт с мобильных устройств, т. к. маркетинговое продвижение сайта планируется через социальные сети, которым пользователи в большей степени пользуются через мобильные приложения и т. д. В этот момент, при изначальном соблюдении некоторых правил, приведенных выше, возможно было бы избежать недопонимания на промежуточных этапах приемки, при подробном обсуждении коммерческого предложения и т. д. Такие ситуации вполне возможно и на промышленных предприятиях, которые изготавливают продукцию с индивидуальными параметрами от клиента.

Все технологии управления в организации имеют взаимосвязь, они используются в различных ситуациях, взаимозаменяют и дополняют друг друга. Внедрять те или иные управленческие технологии необходимо с учетом конкретных особенностей компании. При внедрении управленческих технологий на предприятии необходимо рассчитать следующие частные эффекты [1, с. 79]:

повышение производительности труда руководящих работников, приводящий к абсолютному или относительному уменьшению расходов на управление (Э1);

снижение текучести персонала, что приводит к необходимому обеспечению предприятия трудоресурсами (Э2);

рост оперативности управления, что приводит к повышению финансовых показателей предприятия (Э3);

повышение производительности труда кадров, приводящее к снижению трудоемкости услуг, и к увеличению их объема (Э4), также к улучшению финансовых показателей предприятия (Э5);

сокращение издержек и рост финансовых результатов предприятия в результате других положительно влияющих факторов, которые возникают при внедрении новых управленческих технологий (Эдр).

Отметим, что суммарный эффект, фиксируемых на начальном этапе проектирования новой управленческой технологии для предприятия, меньше, чем полный эффект от внедрения технологий (Эп), так как по мере освоения технологии этот эффект растет – технология становится привычной для менеджеров, происходит освоение необходимых навыков, повышается профессионализм, стабилизируются взаимоотношения:

$$\text{Эп} > \text{Э1} + \text{Э2} + \text{Э3} + \text{Э4} + \text{Э5} + \text{Эдр} .$$

Общеизвестно, что внедрение новой управленческой технологии связано с издержками, которые, как правило, включают в себя затраты:

возникающие при выборе технологии (определение проблем организации, оценка ресурсообеспеченности, анализ факторов внешней среды и другие) – это разовые затраты, которые могут повысить накладные расходы предприятия в время выбора технологии управления;

связанные с оценкой условий успешного внедрения технологии управления (анализ информационных систем обеспечения управленческих процессов и соответствие их новым требованиям, оценка профессиональных навыков персонала, анализ их противодействия инновациям и пр.);

по разработке проекта интеграции новой управленческой технологии, в особенности, при разработке сторонней организацией;

связанные с проектированием и переходом к организационным изменениям, (расходы на обучение персонала, на совершенствование системы информационного обучения, на мотивацию и преодоление сопротивления инновациям со стороны персонала.

Заключение. Таким образом, применяемые технологии управления во многом определяют эффективность и успешность деятельности компании в условиях цифровизации и глобализации экономики. Управленческие, как и производственные, технологии должны постоянно совершенствоваться, ориентируясь на изменения внешних и внутренних факторов, что позволит повысить конкурентоспособность и устойчивость бизнеса.

Литература

Статьи из журналов и периодических изданий

1. Койкова, Т.Л. Управленческие технологии и их роль в деятельности современного менеджера / Т.Л. Койкова. – Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 8. – С. 346–350.

Интернет-ресурсы

2. Agile в России внедряется быстро и далеко не только в IT [Электронный ресурс]. URL: [https:// www.plusworld.ru/daily/cat-analytics/agile-v-rossii-vnedryaetsya-bystro-i-daleko-ne-tolko-v-it](https://www.plusworld.ru/daily/cat-analytics/agile-v-rossii-vnedryaetsya-bystro-i-daleko-ne-tolko-v-it). (дата обращения: 12.10.2018).

3. Как применить Scrum в вашем бизнесе? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.e-executive.ru/management/practices/1985570-kak-primenit-scrum-v-vashembiznese>.

4. Мировая статистика по Agile за 2016 год [Электронный ресурс]. URL: <https://scrummasters.com.ua/blog/agile-world-statistics-2016>.

5. Чем Agile-методологии нравятся маркетологам [Электронный ресурс]. URL: <https://www.executive.ru/management/marketing/1985170-chem-agile-metodologii-nravyatsya-marketologam>.

Иностранные источники:

6. Christensen, C.M., Disrupting Class: How Disruptive Innovation Will Change the Way the World Learns. / C.M. Christensen, C.W. Johnson, M.B. Horn. – McGraw-Hill, 2008, с347.

7. Nepelski, D. Organizational diversity and innovation potential of EU-funded research projects / D. Nepelski, G. Piroli. – The Journal of Technology Transfer, 2017, с. 163.

ICO И КРИПТОВАЛЮТЫ КАК ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ БУДУЩЕГО

И.В. Кравцова

*к.э.н., доцент кафедры финансовых услуг и банковского дела
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,*

А.А. Лаврентьев

*Директор холдинга "Технология Блокчейн" в
Республике Казахстан и Российской Федерации,
аналитик в сфере макроэкономического развития*

Аннотация. В данной статье рассматриваются история создания и развитие пиринговой платежной системы в мировой экономике, а также практическое её применение в инвестиционной деятельности предприятий. Основное внимание концентрируется на криптовалюте Биткоин и практическом использовании цифровой системы пиринговой наличности в компании «Технологии Блокчейн». Рассматриваемая тематика работы также углубляется рассмотрением процесса привлечения инвестиций в масштабное строительство посредством эмиссии токенов. Настоящая статья представляет собой обзор криптовалют, как с теоретической, так и с практической точки зрения. Помимо предпосылок и причин роста популярности, отдельно будет затронута тема цифровых механизмов функционирования, в первую очередь "блокчейна".

Ключевые слова: криптовалюта, токены, пиринговая система, фидуциарные средства.

Введение. В настоящее время термин "криптовалюта" плотно укоренился как в повседневном лексиконе, так и в специализированной литературе. По сути, за этим словом скрывается совокупность механизмов учёта, эмиссии и обмена. В отличие от электронных денег, криптографическая валюта не контролируется государством или организацией и не привязана к реальным деньгам. Так как подобные системы децентрализованы, то корректность работы обеспечивается с помощью т.н. цепочки блоков транзакций ("блокчейн"), построенной на основе криптографических алгоритмов. Этот механизм не позволяет подделать новые или предыдущие транзакции, скомпрометировать состояние счетов. На текущий момент существует бесчисленное множество криптовалют. Это обусловлено относительной простотой реализации подобных систем на базе открытых исходных кодов. Однако действительно популярных не так много, только несколько десятков подобных валют обладают рыночной капитализацией, превышающей 10 млн. долларов. Капитализация самой известной и крупнейшей криптовалюты Биткоин на момент составления анонса составляла 12 млрд. долларов. Биткоин стал широко использоваться в повседневной жизни. Ввиду высокой ликвидности и наличия большого количества бирж, любой человек без проблем можно обменять эту криптовалюту на живые деньги.

Методы и организации исследования. В процессе исследования использовались такие общенаучные методы познания действительности, как теоретическое обобщение, сравнение и систематизация; методы статистического анализа, количественный и качественный подходы оценки реальности.

Результаты и их обсуждение. В 2017 году планета Земля в буквальном смысле была охвачена истерией касательно стремительного роста популярности криптовалют. Стоимость самой популярной криптовалюты Биткоин - пиринговой платёжной системы, использующей одноимённую единицу для учёта операций [1], в декабре 2017 года доходила до 22000 долларов США. Но, что это, что такое криптовалюта и почему стоимость этой мифической единицы заставила людей взвинтить цену до столь высоких показателей? Так называемые эксперты экономики и сильные мира сего предрекали Биткоину стоимость до 1 миллиона

долларов США за единицу. И в итоге, весь 2018 год мы с вами наблюдали постепенный спад до сегодняшнего значения 6.500 тысяч долларов США. Такая компания как Альпари, которая занимает не последнее место на рынке Форекс, разместила торговую пару USD/BTC, что является серьезным показателем для данной позиции. Что мы видим на сегодняшний день? Эйфория утихла, спрос упал и данная единица закрепились в ценовом сегменте.

На наш взгляд, весь мир наблюдал элементарную «тюльпановую лихорадку». В современном мире всё гораздо быстрее и глобальнее, чем это было с тюльпанами. История создания первых протоколов «электронной наличности» началась в далёком 1983 году. Её использование предложили Дэвид Чаум и Стефан Брэндс [2]. В мае 1997 года Адам Бак для противодействия отправке спама и DoS-атакам предложил Hashcash, основанную на системе доказательства выполнения работы. Впоследствии подобная система в другой реализации стала частью процедуры создания новых блоков в биткойн-базе.

3 января 2009 года был сгенерирован первый блок и первые 50 биткойнов. Первая транзакция по переводу биткойнов произошла 12 января 2009 года - Сатоши Накамото отправил Хэлу Финни 10 биткойнов. Первый обмен биткойнов на национальные деньги произошёл в сентябре 2009 года — Марти Малми (Martti Malmi) отправил пользователю с псевдонимом NewLibertyStandard 5050 биткойнов, за которые получил на свой счёт в PayPal 5,02 доллара. NewLibertyStandart предложил использовать для оценки биткойнов стоимость электроэнергии, затрачиваемой на генерацию.

Не будем сейчас досконально разбирать, кто и как это сделал, но факт остается фактом. Волна за волной подхлестнули интерес людей, и все получили просто элементарный «хайп». В реальности, это просто воздух, который не имеет стоимости и его цена зависит от интереса людей на момент его спроса.

Проанализируем положительные и отрицательные стороны данной криптовалюты. Самые очевидные плюсы для пользователя это:

- анонимность сведений о владельце, прозрачность всех операций и операции без посредничества, на чем можно хорошо сэкономить;

- комиссии за совершение операций, связанных с криптовалютами, минимальны;

- эмиссия почти всех монет ограничена, строго установлен их эмиссионный максимум. Нельзя включить печатный станок и напечатать денег, чтобы решить образовавшиеся экономические проблемы, процесс выпуска новых монет прозрачен и строго регламентирован; инфляция в данном случае также невозможна;

- прозрачна в принципе любая транзакция сети, информация обо всех операциях открыта любому пользователю;

- кошелёк пользователя застрахован от ареста и блока, его нельзя заморозить. Доступ к личному счету может быть утерян только, если сам хозяин утратил данные для входа в него;

- валюту нельзя подделать или копировать, так как вся она защищена уникальным кодом;

- самые популярные криптовалюты показывают позитивный рост на протяжении всего своего существования с незначительными колебаниями. Всем известный Биткойн вырос с момента образования в сотни раз и по прогнозам экспертов, продолжит рост;

- ни одна операция и ни одна валюта никем не регулируется. Если перевод отправлен, то он точно дойдет до получателя, так как не имеет посредника и не имеет риска, что ваши деньги осядут на чьем-нибудь счету или какой-нибудь банк некачественно выполнит свои обязательства.

Но вместе с положительными качествами и свойствами системы криптовалют имеются и негативные. А именно:

- невозможно вернуть уже отправленный платёж. Необходимо тщательно проверять данные получателя или сохранять мнемонический код;

скорость проведения операция крайне низкая, неизвестно, как этот вопрос будет решен в будущем, но связано это с обеспечением безопасности и сложными математическими устройствами всей системы;

с ростом количества добытых монет усложняется процесс майнинга, из-за чего падает рентабельность майнинга;

эмиссия денег вне контроля (псевдонимность системы «Биткойн» усложняет государству задачу контролировать финансовые потоки, в том числе через границу),

оборот нелегальных товаров (использование биткойнов в теневой экономике позволяет обеспечить неподконтрольность национальным органам власти торговлю такими товарами, как оружие, наркотики и т. д.),

высокая волатильность цены, что препятствует использованию биткойна в качестве средства платежа) и т.д.

Однако, мало кто рассмотрел в этой технологии очень важного сегмента - ICO. Были созданы площадки, которые привлекают колоссальные средства в виде тех самых криптовалют, в которые вложены фидуциарные средства разных государств. То есть, люди вкладывают билеты центральных банков своих стран в криптовалюты. И впоследствии криптовалюты инвестируют в, так называемые, ICO проекты, которые сулят людям огромные дивиденды. В свою очередь 90% недобросовестных создателей ICO собирали гонорары в виде криптовалют и попросту исчезали, обменивая обратно эти криптовалюты на фиатные деньги. По сути, обман происходил из-за децентрализации, отсутствия регулирования и правил.

На наш взгляд, мы имеем уникальную технологию будущего на сегодняшний день, которая работает, как «пылесос», в планетарном масштабе. Мы считаем, что криптовалюты на сегодняшний день, это вовсе не замена фиатным деньгам, а инвестиционная технология будущего, которая позволит людям инвестировать в любые проекты и в любой стране по своему усмотрению.

Фиатные деньги представляют собой бумажные, символические и необеспеченные валюты, эмиссия и номинал которых регулируется центральным государственным органом (банком), выступающим гарантом обеспечения стоимости валюты без привязки к стоимости исходных материалов. Технологическое развитие предоставило нам возможность перехода от печатных денежных единиц к цифровым деньгам. Так появились электронные и виртуальные деньги. Электронные фиатные деньги представлены в виде двоичного кода и хранятся на физических носителях и электронных устройствах.

В макроэкономическом плане, это безграничные возможности для всех стран привлечь денежные средства в наиболее привлекательные проекты. При определенных условиях, которые могли бы создать все страны сообща, ICO проекты могли бы стать неким аккумулятором денежных средств. Это было бы очень хорошей прививкой в любую экономику существующих государств. В целом все стало бы гораздо быстрее и темпы развития тех стран, которые предложили бы наиболее привлекательные проекты, могли бы показать очень хорошие результаты в будущем. Ведь на крипторынке сейчас нет такого понятия, как ограничения и санкции. По сути, рынок живет своей жизнью. И мы сегодня предложили миру поистине новейшую технологию и совершенно новый подход к индустрии инвестиций.

Нами на сегодняшний день создана компания «Технология Блокчейн», которая в рамках действующего законодательства Республики Казахстан и Российской Федерации, сможет привлечь инвестиционные средства на базе Блокчейна. Мы говорим всему миру, что планируем построить самое современное высотное здание в городе Астана с необычной архитектурой. Впервые в мире, мы выпускаем токены и заявляем, что количество этих токенов будет равно стоимости строительства высотного здания, что в последующем, позволит нам определить каждый токен, как инвестицию в виде долевого строительства.

Токен - это цифровой ключ, который помогает пройти идентификацию в какой-нибудь важный объект или открыть банковскую ячейку. Суть отличия его от обычного

пароля в том, что цифровой ключ все время меняется и постоянно генерирует новые числа, которые знаете только вы, в момент идентификации.

На сегодняшний день на финансовом рынке токены могут выступать в виде: сертификата на получение товара (или услуги) или же сертификата на скидку; внутренней валютой для пользования услугами, например, в онлайн играх; займы;

права на получение прибыли, участие в долях компании, участие в долевом строительстве и т.д.

Применение этой уникальной технологии привлечения инвестиций в рамках планетарного масштаба приведет к развитию не только региональной, но и мировой экономики в целом. Если вчера мы предлагали продажу долевого строительства только в отдельной стране, а зарубежное участие рассматривалось, как инвестиционный проект с определенным процентом окупаемости и доходностью, то сегодня мы готовы предложить всему миру участвовать в строительстве совместно на базе технологии Блокчейн. Любой гражданин любой страны сможет без всяких проблем приобрести, так называемый, токен и стать полноценным соинвестором в строительстве. При этом юридическое лицо, заявившее количество токенов, как капитализацию стоимости здания, несет ответственность перед каждым инвестором, который приобрел этот самый токен. Уверен, что в будущем наша компания создаст прецедент в сфере инвестиций и полностью перевернет финансовый рынок. На сегодняшний день, мы активно разрабатываем новые финансовые инструменты, связанные с технологией блокчейн в масштабах государства, а немного раскрыв секреты в данной статье, надеемся обратить внимание мировой общественности на возможные перемены в индустрии инвестиций.

Заключение. Исходя из вышеизложенного, следует отметить, что на фундаментальном уровне система криптовалют является прорывом в области компьютерных наук, который опирается на 20 лет исследований криптографических валют и 40 лет работы в области криптографии тысяч исследователей по всему миру.

Литература

1. Решевский М.И. Золотая лихорадка XXI век // ComputerBild : журнал. - 2011. - 15 августа (№ 17). - С. 64 - 69.
2. Satoshi Nakamoto. Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System. — 2008. — 9 с.
3. Saifedean Ammous. The Bitcoin Standard: The Decentralized Alternative to Central Banking. — New York: John Wiley & Sons Inc, 2018. — 304 с. — ISBN 978-1-119-47386-2.

УРОВЕНЬ КВАЛИФИКАЦИИ ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИЕЙ

М.М. Озерова

*кандидат социологических наук
старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»*

Аннотация. Деятельность высших учебных заведений зависит от уровня квалификации профессорско-преподавательского состава, применяемых коммуникационных технологий, а также планирования и формирования стратегии коммуникативной деятельности. Накапливая научные, социальные, технические, экономические, интеллектуальные ресурсы, профессорско-преподавательский состав преобразует их в результат – навыки, умения и знания студентов. Высокий уровень квалификации работников и качественные корпоративные коммуникации во взаимодействии с осознанным отношением к работе способствуют созданию сплочённых, гибких и высокоэффективных рабочих групп, благодаря чему формируется

благоприятный социально-психологический климат, снижается уровень конфликтности и повышается удовлетворённость рабочим процессом.

Ключевые слова: профессорско-преподавательский состав, уровень квалификации, коммуникации

Введение. В настоящее время к специалистам учреждений высшего образования предъявляются требования, характеризующиеся значительным повышением квалификационных требований, уровнем профессиональной подготовки, способностью обеспечить качественное образование. Особую важность приобретает соответствие уровня квалификации научно-педагогических работников актуальным и перспективным потребностям социального общества.

Процесс управления коммуникацией в вузе на этапе его реформирования - перспективная задача, так как спрос на образовательные услуги возрастает, и основным условием для реализации основных образовательных программ становится проектирование коммуникационно-образовательной среды с учётом необходимых требований. Для конкурентоспособного функционирования вузы должны развивать коммуникации как с потребителями образовательных услуг, так и с преподавателями и сотрудниками. Результативность процессов коммуникативного взаимодействия находится в прямой зависимости от уровня качества управления и стратегической направленности высших учебных заведений. Комплексность, целеустремленность и систематичность в процессе управления коммуникациями составляют критерии эффективной и конкурентоспособной системы управления вузом для своевременного выявления и реализации коммуникационных возможностей вуза, повышения качества образовательных услуг и конкурентного преимущества.

Во многом деятельность высших учебных заведений зависит от уровня квалификации профессорско-преподавательского состава, а также от применяемых коммуникационных технологий, планирования и формирования стратегии коммуникативной деятельности. Сосредотачивая научные, социальные, технические, экономические, интеллектуальные ресурсы, профессорско-преподавательский состав преобразует их в дефинитивный результат – навыки, умения и знания студентов. Образовательный продукт как следствие научно-педагогического труда является социальной ценностью, которую может сформировать только высококвалифицированный и профессиональный специалист с высоким уровнем коммуникативной компетентности и корпоративной социальной ответственности.

В современных реалиях «появилось понимание того, что реализация концепции управления образовательным процессом невозможна без проникновения в вузы средств информационно-коммуникационных технологий и применения принципов управления бизнес-процессами».[2, С. 241]

Корпоративные коммуникации в управлении вузом подвергаются изменениям в ходе реформирования системы высшего образования. Этот процесс противоречив, поскольку, с одной стороны, повышается интерес к идее гуманизации деятельности, но, с другой стороны, коммуникации всё более характеризуются коммерциализацией и прагматизацией, усилением утилитарного начала, массофикацией высшего образования, которая выражается бюрократизацией и ритуализацией в отношениях «преподаватель-студент», а процесс образования сводится к инертной передаче информации.

Анализируя стратегии совершенствования образовательных учреждений, Н. Л. Титова отмечает, что «эффективное развитие вузов требует предпринимательской активности не только организации в целом, но и её подразделений и даже отдельных сотрудников. Для стимулирования подобной активности требуется особая система внутреннего управления».[4, С. 191] Автор подчёркивает, что сложность управления учебными заведениями во многом объясняется их особенностями, присущими им как структуре, которую Г. Минцберг назвал «профессиональной бюрократизацией».[4, С.

191] Такой подход характеризуется нерациональным использованием интеллектуальных ресурсов научно-педагогического состава и представляет одну из значимых этических проблем.

Образование выступает не как процесс воспитания и обучения, накопления совокупности знаний, умений, навыков, ценностных установок, практического опыта и компетенций для развития интеллектуального, духовно-нравственного, профессионального развития личности и удовлетворения потребности в образовании, а как процесс оказания образовательных услуг. Система рыночных отношений накладывает отпечаток на экономическую стабильность деятельности вузов.

Другой проблемой представляется массофикация высшего образования, которая характеризуется бюрократизацией и ритуализацией в отношениях «преподаватель-студент», а процесс образования сводится к инертной передаче информации. В таком случае преподавательский состав трансформируется в обслуживающий персонал для обеспечения необходимыми знаниями, умениями и навыками потребителей. Исследуя управление коммуникациями вуза на рынке образовательных услуг, Е.А. Первушина выделяет основные проблемы организации коммуникационной деятельности в управлении вузом: «1. недостаточное внимание к управлению коммуникациями со стороны топ-менеджмента, недооценка роли и значимости коммуникаций, 2. отсутствие системного видения коммуникационной деятельности вуза как неотъемлемой составляющей его рыночной стратегии, 3. отсутствие согласованных и иерархически грамотных организационных решений по управлению коммуникациями, 4. неразработанность стратегии и тактики коммуникаций, 5. неполнота выполняемых функций».[3, С. 22]. Перечисленные проблемы, по мнению автора, снижают лояльность персонала и их мотивационные установки к самосовершенствованию, обостряют отношения с конкурентами, влияют на имидж и репутацию вуза, снижают его конкурентоспособность.

В настоящее время существенно повысились требования к вузу. Они включают качество обучения, благоприятную образовательно-научную среду и социально-психологический климат. Для поддержания конкурентоспособности вузам необходимо прилагать всё больше усилий для поиска путей и способов создания позитивной атмосферы, положительного имиджа, инновационной образовательной среды. Данные меры будут содействовать раскрытию творческого потенциала, гармонизации и гуманизации социальной жизни, наращиванию интеллектуального капитала, привлечению как компетентных сотрудников и преподавателей, так и одарённых абитуриентов.

Стимулирование развития корпоративных коммуникаций возможно только в случае выхода за пределы традиционных моделей организации этого процесса. Для успешного управления вузом необходимо переосмысление значимости интеллектуального потенциала профессорско-преподавательского состава в деятельности высших учебных заведений, что позволит обеспечить конкурентоспособность, повысить качество образовательной деятельности и результативность труда преподавателей, а также осуществить стратегическое планирование социально-экономического развития.

Однако традиционная система вузовского управления характеризуется недостаточной гибкостью, что снижает её модернизационные возможности. Проблема заключается в консервативности управления и нежелании использовать новые технологии для совершенствования научно-образовательной деятельности. Несмотря на то, что в вузах существуют корпоративные правила и нормы, закреплённые в соответствующих документах, возможности для результативного взаимообмена актуальной информацией используются не в полной мере.

В вузе необходимо создать условия для конструктивного и взаимообогащающего коммуникативного процесса, ориентированного на личностное развитие, эффективное, психологически комфортное и социально культурное взаимодействие.

Высшее образование является механизмом развития личности и общественного сознания, значимым фактором социального и экономического прогресса, а его эффективное управление способно обеспечить высокую конкурентоспособность на рынке образовательных услуг при помощи качественного процесса обучения, обеспечения высокого уровня подготовки специалистов и их профессиональных знаний, умений, навыков, морально-нравственных качеств и конкретной гражданской позиции. Менеджмент вуза включает управление различными видами деятельности (научно-исследовательская, образовательная, производственная, административно-хозяйственная), оперативное реагирование на изменяющиеся условия, разработка политики деятельности в области качества образования, развитие персонала и повышение квалификации, обеспечение социальным пакетом преподавателей и сотрудников вуза, социальная защита и поддержка обучающихся обеспечит конкурентное преимущество вуза на рынке образовательных услуг.

Методы и организация исследования. В качестве методологической основы используются сравнительный и системный анализ, анализ документальных источников.

У ППС множество обязанностей, которые закреплены в правилах внутреннего распорядка, среди них: осуществление деятельности на высоком профессиональном уровне, соблюдение правовых, нравственных и этических норм, следование требованиям профессиональной этики, активное участие в учебной, научной работе и воспитании студентов, развитие творческих способностей, инициативы, самостоятельности, способности к труду и жизни в условиях современной цивилизации и демократии, использование наиболее эффективных форм, методов и средств обучения и воспитания, новых педагогических технологий, организация и осуществление научно-исследовательской деятельности (участие в грантах, конкурсах, публикация статей) и т.д.

Директора институтов и деканы факультетов, помимо множества выполняемых обязанностей, разрабатывают и реализуют стратегии развития всех видов деятельности института, факультета: учебной, научной, социально-культурной, международной.

Профессорско-преподавательский состав поставлен в жёсткие рамки, так как из-за низкой заработной платы некоторые преподаватели выполняют дополнительную работу. Вследствие этого уменьшается возможность для повышения квалификации, самообразования, совершенствования преподаваемых курсов, написания учебно-методических и научно-исследовательских работ, дополнительных занятий со студентами и аспирантами, способствующих повышению профессионального уровня преподавателя, что представляет проблему качественного развития отрасли высшего образования.

Современные условия диктуют потребность в повышении профессиональных качеств преподавателей, умении работать в состоянии постоянной конкуренции и ограничений. Политика государства в отношении высшего образования изменила существующую систему вузов, труд высококвалифицированных специалистов недостаточно оценён, а обучающиеся не нацелены на личностное развитие собственных способностей, навыков и умений, что является опасной тенденцией. Образование всё чаще становится средством для получения желаемой должности и статуса.

Студенты, наряду с ППС, являются неотъемлемыми участниками процесса коммуникации в вузе. Внутри каждой учебной группы существует свой микроклимат, который обуславливает не только взаимоотношения между участниками, но и уровень сплочённости, навыки совместной работы и принятие группового решения, характер взаимодействия, индивидуальную коммуникативную компетентность.

Обучающиеся находятся во взаимодействии с ППС, компетентность которых влияет на степень раскрытия коммуникативного потенциала студентов.

В настоящее время система высшего образования вынуждена приспосабливаться к новым рыночным условиям и адаптировать управленческие практики в вузе. Такие изменения характеризуются обновлением образовательных программ, подготовкой и

переподготовкой кадрового состава, обучением новым технологиям, способностью работать в соревновательных условиях, диктуемых рыночной экономикой, необходимостью стратегического плана развития вуза применительно к региону, в котором он находится.

Применение стандартизации для устранения нетрадиционных проблем недостаточно, необходимо установить координацию деятельности работников, основанную на взаимопонимании, общих установках и благоприятном социально-психологическом климате, что будет способствовать выработке оригинальных идей и решений по совершенствованию того или иного процесса, согласованной работе и эффективному взаимодействию коллектива. Следовательно, для решения нестандартных вопросов необходим творческий подход и инициатива. Однако в процессе реализации такого подхода может возникнуть такая проблема как отсутствие личной инициативы в совершенствовании коммуникативного взаимодействия, что демонстрирует недостаточную мотивацию для улучшения системы корпоративных коммуникаций в управлении вузом.

В настоящее время всё больше руководителей склоняются к тому, что копирование западных социальных пакетов неэффективно, приоритетным является ориентация на потребности работников. Так, Т. Ананьева, генеральный директор онлайн-сервиса Resguitnet.ru, говорит о том, что необходимо «создавать свой уникальный набор благ, нацеленный на привлечение и удержание нужных сотрудников, на решение тех задач, которые актуальны для организации».[1] Удовлетворение потребностей ППС приведёт к формированию устойчивой лояльности к вузу, что положительно скажется на эффективности и улучшении коммуникативного взаимодействия в вузе.

Результаты и их обсуждение. Любое учреждение высшего образования является организацией, которая, аккумулируя экономические, социальные, интеллектуальные ресурсы, транслирует и преобразует их в конечный результат – знания, умения и навыки, приобретённые выпускниками вуза. Функционирование высших учебных заведений отличается от деятельности организаций, ориентированных на увеличение прибыли.

В настоящее время возникла необходимость повышения уровня культуры корпоративных коммуникаций в вузах, чему будет способствовать курсы повышения квалификации профессорско-преподавательского состава, проведение обучения и тренингов, преодоление коммуникационных барьеров, создание чёткой системы обратной связи. Не все копируемые западные образцы одинаково эффективны в российских условиях. Необходимо создание уникальных мер, подходящих конкретному вузу. Так, система аккредитации и аттестации, балльно-рейтинговая система, создание технопарков и бизнес-инкубаторов негативно влияют на управленческие процессы в вузе.

Среди вариантов повышения эффективности корпоративных коммуникаций в управлении вузом большую роль играют социальные технологии как инструмент развития ценностно-культурных установок, которые способствуют выявлению, реализации и использованию потенциальных возможностей сотрудников. Именно такие технологии позволяют целенаправленно и системно организовать данный процесс, преодолеть коммуникативные барьеры и получить удовлетворение от деятельности. Высокий уровень квалификации работников и качественные корпоративные коммуникации во взаимодействии с осознанным отношением к работе способствуют созданию сплочённых, гибких и высокоэффективных рабочих групп, в результате чего формируется благоприятный социально-психологический климат вследствие снижения уровня конфликтности и повышения удовлетворённости рабочим процессом.

Заключение. Мотивирование сотрудников для достижения необходимых результатов является существенным при формировании интереса к работе. Важным шагом представляется обеспечение доступности информации о развитии вуза, наглядность и иллюстративность вклада каждого члена коллектива в реализацию планов и намеченных

целей вуза. Такое мотивирование поможет ощутить ценность выполненной работы, позволит повысить интерес к нестандартному подходу в профессиональной деятельности. Высшей формой лояльности является вовлечённость как осознание человеком того, что его работа действительно интересна, поэтому для такой мотивации не следует использовать жёсткий контроль. Мотивирование научно-педагогических сотрудников требует особого подхода, который проявляется в стимулировании к активной педагогической работе, направленной на получение качественно нового отношения к профессиональной деятельности. Отметим, что такой мотивации может способствовать формирование команды единомышленников и создание доверительной атмосферы внутри кафедр и вуза в целом.

Немаловажным моментом является и окружение – коллектив, внутри которого обсуждаются вопросы, связанные с профессиональным совершенствованием и обменом опытом. Сопричастность, командный дух, чувство комфорта в команде формируют лояльность к вузу, что выражается в соотношении, идентификации себя с коллегами, а осознание себя за пределами коллектива приводит к чувству дискомфорта. Сформировать сплочённость внутри коллектива можно благодаря таким инструментам, как корпоративные мероприятия, презентации и видеоролики, посвящённые событиям из жизни вуза, а также создание корпоративного музея. Поощрение, вознаграждение и возможность повышения квалификации сотрудников – то, что репрезентирует мотивацию, так как моральное и материальное стимулирование способствует признанию профессиональной компетентности сотрудников.

Литература

1. HR journal Нестандартная мотивация персонала в России. Результаты исследования. [Электронный ресурс] URL: www.hr-journal.ru/articles/mp/mp_960.html (дата обращения 15.10.2018).

2. Андрончев И.К., Дмитриев Д.С., Соловьёва Н.В. Управление образовательным процессом вуза средствами информационно-коммуникационных технологий // Вестник СамГУ. 2014. №8(119). С.241.

3. Первушина, Е.А. Управление коммуникациями вуза на рынке образовательных услуг: дис. ...канд. экон. наук: 08.00.05 / Е.А. Первушина. – М.: Моск. фин.-пром. академия, 2009. – 171 с.

4. Титова, Н.Л. Стратегии развития российских вузов: ответы на новые вызовы. – М.: МАКС Пресс, 2008. – 668 с.

УКРЕПЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ С ПОМОЩЬЮ МАРКЕТИНГА-ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Е.Н. Парфенова,

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»*

Аннотация. В данной статье представлен анализ взаимодействия промышленного предприятия с участниками рынка в современных условиях. Разработана модель взаимодействия предприятия с партнерами и потребителями, определены субъекты и объекты этого взаимодействия, а также определены подходы к управлению в рамках общей системы. Сформирована информационная поддержка процессов взаимодействия с потребителями и партнерами.

Ключевые слова: конкурентоспособность, потенциал, партнерская среда, маркетинговый подход, экономическая эффективность, промышленные предприятия, концепция маркетинга-взаимодействия.

Введение. Сегодня маркетинг взаимодействия - это философия бизнеса, которая позволяет современным предприятиям предвидеть потребности потребителей и удовлетворять их, а кроме того, привнести творческий подход в процесс управления. Фундаментом бизнеса для производственных предприятий становятся отношения с партнерами по бизнесу. При этом эффективные отношения выступают важнейшим ресурсом, которым будет владеть предприятие наравне с материальными, финансовыми, информационными, человеческими и др. Результатом совместной работы промышленного предприятия и его партнеров по бизнесу станут взаимовыгодные долгосрочные отношения, которые позволят укрепить конкурентные позиции, выжить в конкурентной борьбе и занять свое место на рынке [2, С.126]. Поэтому существует необходимость изучения проблем применения маркетинга взаимодействия промышленными предприятиями. Таким образом, предприятие должно быть нацелено на выстраивание долгосрочных отношений с партнерами по бизнесу, и тогда их борьба за ресурсы превратится в борьбу за конечного потребителя.

Методы и организация исследования. Методологическая база исследования была основана на основополагающих принципах маркетинга и управления, а также работах видных отечественных и зарубежных ученых по изучаемой теме.

Результаты и их обсуждение. Маркетинг крепко вошел в жизнь промышленного предприятия и сегодня – это часть управленческой деятельности, ориентированная на потребности рынка и адаптируя свое предложение под запросы потребителей. Именно поэтому в современных условиях маркетинговая деятельность промышленных предприятий, с одной стороны, заставляет адаптироваться под рынок и его требования, а с другой стороны, позволяет повысить эффективность бизнеса для компании. Такие задачи считаются весьма осуществимыми, так как все участники рынка стремятся обеспечить учет их интересов в процессе их взаимодействия [1, С.132]. Так, те предприятия, которые технологически связаны, объединяются в единый блок по созданию и доведению до конечного потребителя созданного продукта [3, С.222]. Поэтому на этом этапе уже повышается роль взаимовыгодных связей между всеми участниками рынка [4, С. 130].

Следует обратить внимание на тот факт, что партнерская и потребительская сфера по отношению к предприятию имеют общую сферу влияния, так как посредники (партнеры по сбыту) рассматриваются промышленным предприятием как потребители. В этой связи возникает вопрос: в чем же различие между партнерами и потребителями.

Потребителем является юридическое или физическое лицо, которое использует продукты промышленного предприятия для личных (потребительских) или коммерческих (посреднических) целей. Предприятие стремится, как можно лучше удовлетворить их нужды и потребности. Поэтому эту модель взаимоотношений можно обозначить, как «поставщик – потребитель».

В партнерских взаимоотношениях ключевым моментом является сотрудничество. Они связаны общей целью и желанием получить вместе больше выгоды. Поэтому эту модель взаимоотношений можно обозначить как «партнер - партнер».

Структуру системы взаимодействия промышленного предприятия с партнерами и потребителями наглядно можно представить следующим образом (рис. 1).

Из представленного рисунка видно, что структура системы взаимодействия промышленного предприятия состоит из двух подсистем управления: партнеров и потребителей. При этом, у этих подсистем есть общая сфера влияния, что указывает на взаимодействие этих подсистем. Следовательно, это дает возможность применить к ним системный подход в управлении. Общими срезами для управления в этих подсистемах взаимодействия будут являться:

- определение отличия и взаимопроникновения подсистем;
- разработка инструментов для взаимодействия подсистем внутри системы;
- разработка общей методологии управления системами взаимодействия, как с партнерами, так и с потребителями промышленного предприятия.

Первая подсистема взаимодействия, партнерская подсистема, включая поставщиков и посредников (промежуточных покупателей). Поэтому можно говорить об участниках цепочки создания стоимости. Отношения между участниками этой подсистемы – договорные. При этом, это могут быть одноразовые контракты на закупку до долгосрочных стратегических партнерских отношений. Эта взаимосвязь создана для удовлетворения нужд и требований пользователей в полной мере для их наибольшей пользы. Поэтому задача сотрудничества на различных уровнях заключается в выборе и оценке потенциальных партнеров, обеспечении хороших условий для сделок, координации совместных действий для достижения желаемых целей [4, С.132].



.Рис. 1 Структура системы взаимодействия с партнерами и потребителями

Учитывая ориентиры и условия взаимодействия подсистемы партнеров, которые соответствуют логистической цепочке поставок, к управлению функционированием его участников необходимо использование логистического подхода.

В другую подсистему взаимодействия, подсистему потребителей, входят посредники (промежуточные потребители) и конечные потребители. Цель их взаимодействия – вовлечение и удержание потребителя. Сегодня многие промышленные предприятия нацелены на возобновление отношений с прежними потребителями. На первый план выходит значимость клиента, личные контакты с ним, что позволило персонифицировать маркетинговые коммуникации и индивидуальный подход к каждому потребителю. К элементам этой подсистемы целесообразно применять маркетинговые подходы взаимодействия. При этом лишь один из участников этой подсистемы, промежуточные потребители предприятия, одновременно являются и ее партнерами. Поэтому на сегодняшний день актуальным является подход, направленный на возобновление отношений с клиентом и выстраивание с ним долгосрочных взаимосвязей. Такое выстраивание отношений с потребителем указывает на партнерскую модель взаимодействия [3].

Таким образом, в системе взаимодействия промышленное предприятие выступает субъектом взаимодействия, а все партнеры и потребители будут являться совокупностью объектов взаимодействия, типология которых представлена в таблице 1.

Предложенная классификация может стать основой для создания универсальной модели взаимодействия между всеми участниками рынка на любом отрезке взаимодействия. При этом в зависимости от расположения в системе взаимодействия, к каждому участнику может применяться либо логистический подход, либо маркетинговый. А к посредникам возможно сразу применение двух подходов, что обусловлено их двойственной ролью. Промышленное предприятие, вступая с ними во взаимодействие и ориентируясь на максимальное удовлетворение конечных потребителей, будет их

рассматривать с логистической позиции [2, С.127]. А если будет ориентироваться на удовлетворение их требований, то тогда будет их рассматривать с маркетинговой позиции.

Для эффективности взаимодействия промышленному предприятию необходима информационная поддержка. В этой связи на промышленном предприятии надо создать систему мониторинга, характеристика которой представлена в таблице 2.

Участники рынка, устанавливая долгосрочные отношения, ориентированы на долгосрочные выгоды. Согласно этому стремлению, участники потребительской подсистемы должны стремиться стать партнерами; не только формулировать свои потребности и подчиняться им, но и достигать своих целей с другими партнерами и фокусироваться на долгосрочных отношениях с ними [4, С. 134].

Таблица 1

Классификация объектов в модели взаимодействия промышленного предприятия с партнерами и потребителями

Подсистема	Объект взаимодействия	Результат взаимодействия
Партнеры	Поставщик	- управление процессами закупок - управление информацией по закупкам; - снижение рисков в работе; - выявление перспектив взаимодействия
Партнеры	Посредник (промежуточный потребитель)	- определение системы передачи заказа; - разработка информации поддержки передачи заказа; - определение системы комплектации заказов на складе и уровня ее механизации
Потребитель	Промежуточный потребитель (посредник)	- установление долгосрочных связей; - оптимизирование процессов, коммуникации, технологии и работы персонала для поддержания потребительской ценности
Потребитель	Конечный потребитель	- установление долгосрочных контрактных обязательств, - раскрытие конфиденциальной информации, - адаптация процессов производства, доставки и покупки к требованиям и нуждам как того, кто продает, так и того, кто покупает.

Кроме того, необходимо ввести характеристику системы взаимодействия как «глубина взаимодействия», что означает количество участников, с которыми промышленные компании находятся в контакте по обе стороны. Так, минимальная глубина

взаимодействия образуется тогда, когда предприятие начинает взаимодействовать только с двумя звеньями системы взаимодействия: поставщиком и потребителем. Такая система называется фрагментированной. Максимальная глубина взаимодействия образуется в том случае, если промышленное предприятие крупное, поэтому вступает во взаимодействие со всеми участниками системы. Такая система взаимодействия называется интегрированной.

Таблица 2

Информационная поддержка процессов взаимодействия с потребителями и партнерами на основе системы мониторинга

Объекты подсистем взаимодействия	Информационные запросы	Управленческие решения
Поставщики	<ul style="list-style-type: none"> - потоки материалов; - условия работы; - ассортимент и ценовая политика поставщика; - сроки поставок; - перспективы развития связей с поставщиком; - его конкуренты; - условия работы поставщика с другими покупателями 	<ul style="list-style-type: none"> - совершенствование условий поставок; - разработка плана совместного развития; - координация деятельности; - оценка потенциальных поставщиков;
Конкуренты	<ul style="list-style-type: none"> - положение конкурентов; - деятельность конкурентов по взаимодействию со своими потребителями, поставщиками и посредниками 	<ul style="list-style-type: none"> - определение своих преимуществ перед конкурентом; - предоставление преимуществ своим потребителям, посредникам и поставщикам; - разработка плана лояльности на основе отличительных особенностей конкурентов
Посредники	<ul style="list-style-type: none"> - условия работы посредников; - затраты в канале распределения; - требования посредников; - условия работы посредников 	<ul style="list-style-type: none"> - совершенствование канала сбыта; - разработка плана по мотивации посредников; - распределение издержек; - разработка совместных планов развития
Конечные потребители	<ul style="list-style-type: none"> - потребности и ожидания клиентов; - персональные характеристики пользователей, их мотивы и поведение; - автоматизация планирования маркетинга; - эффективное управление ресурсами; - релевантная информация об истории клиента 	<ul style="list-style-type: none"> - повышение качества обслуживания; - элементы контроля и регулирования воздействия на окружающую среду (в том числе индивидуальных); - приверженность продукту; - развитие лояльности

Указанные подходы к управлению в рамках общей системы, такие как: логистический и маркетинговый, очень хорошо будут дополнять друг друга, что, несомненно, будет способствовать более продуктивному достижению целей.

Внешние факторы, лежащие в основе этого взаимодействия, будут влиять на эффективность системы взаимодействия [5, С.165]. Эти факторы можно разделить на две группы: информационные и организационные.

К информационным факторам можно отнести такие факторы, как:

- введение базы данных поставщиков, партнеров и потребителей для удобства сбора, обработки и хранения большого массива информации, что позволит упростить сам процесс взаимодействия, и внедряя, при этом, технологии персональных коммуникаций;
- использование интерактивных технологий возможностей Интернета, что позволит предприятию взаимодействовать по многим направлениям его деятельности со всеми участниками системы взаимодействия.

Организационные факторы включают такие факторы, как:

- качество и обслуживание продукта, которые будут отражать соответствие функций продукта ожиданиям пользователей;
- удовлетворенность и лояльность работников предприятия;
- качество управленческих, производственных и коммерческих систем предприятия, характеризующихся гибкостью, затратностью, производительностью, эффективностью, пропускной способностью и т. д.

Все это позволит промышленному предприятию быстро налаживать связи с партнерами и потребителями на рынке, а также будет способствовать укреплению конкурентных преимуществ на рынке.

Заключение. Подводя итог вышесказанному можно сказать, что развитие механизмов маркетинга партнерских отношений создаст преимущества, как для потребителей, так и партнеров по бизнесу, что в конечном итоге, позволит более гибко и оперативно управлять межфирменными отношениями. В конечном итоге это будет способствовать приобретению конкурентных преимуществ на рынке.

Литература

1. Ломовцева, О.А. Участие вузов в инновационном обновлении промышленности региона / О.А. Ломовцева, О.А. Герасименко // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса.-2014. -№ 1. -С. 131-133.
2. Парфенова, Е.Н. К вопросу о повышении конкурентоспособности предприятий машиностроения / Е.Н. Парфенова, Ж.Н. Авилова // Научно-теоретический журнал «Вестник БГТУ им. Шухова». - 2018. - № 3. - С. 124-128.
3. Прядко, С.Н. Форирование ключевых компетенций в управлении региональных предприятий / С.Н. Прядко, А.Е. Винник // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. - 2017. - № 1. - С. 219-222.
4. Романова, О.С. Концепция форирования конкурентного потенциала предприятия / О.С. Романова // Современная конкуренция. - 2007. - № 6. – С. 127-135.
5. Тхориков, Б.А. Проблемы целеполагания в системе государственного управления социальной сферой / Б. А. Тхориков // Историческая и социально-образовательная мысль. - 2016. - Т. 8. - № 1-2. - С.164-166.

ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА ВУЗА КАК ЦЕНТРА КОМПЕТЕНЦИЙ ДЛЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО БИЗНЕСА РЕГИОНА

С.Н. Прядко,

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Аннотация. В статье представлены краткие результаты анализа статистических данных, характеризующих потенциал региональных вузов. Исследование проводилось в терминологии и логики ресурсного и компетентностного подходов, определяющих потенциал (в том числе вуза) как совокупность ключевых труднокопируемых ресурсов (компетенций). Для проведения исследования были использованы статистические данные, характеризующие инновационное развитие Центрального федерального округа (объекта исследования).

Ключевые слова: потенциал, вуз, регион, ресурсы, компетенции.

Введение. Одной из наиболее актуальных задач инновационного развития экономики является объективная оценка эффективности деятельности инновационной системы и инфраструктуры на национальном и региональном уровнях; оценка участников инновационного рынка; определение возможностей внедрения инноваций в экономику региона. Ключевыми участникам инновационной региональной системы являются вузы, основными задачами которых, помимо подготовки инновационно ориентированных кадров, является разработка инноваций и внедрения этих разработок в высокотехнологичный бизнес региона.

По мнению большинства иностранных и российских экспертов, в настоящее время можно выделить несколько глобальных тенденций развития вузов, таких как: ужесточение конкурентной среды, вследствие формирования цифровой экономики и развития онлайн образования; увеличение и усложнение перечня функций реализуемых вузом (включая функции коммерциализации собственных разработок и участие в формировании высокотехнологичных региональных кластеров); усложнение ресурсного обеспечения вузов и другое [3]

Для решения новых для российских вузов задач, связанных с генерированием и продвижением инноваций на рынок, необходимо совершенствование системы управления вузами, разработка новых подходов и инструментария оценки возможностей потенциала вуза не только в текущей перспективе, но и долгосрочном стратегическом периоде [1, 5, 7, 8, 9].

Таким образом, актуализируется необходимость разработки эффективной модели оценки наличия и эффективности использования ресурсного потенциала вуза, позволяющей разработать систему мер опережающего развития вуза как центра экономического и инновационного региона.

Методы и организация исследования. Рабочей гипотезой данного исследования, выступило противоречие между объективным наличием инновационного потенциала вуза (в вид научных лабораторий, сосредоточенных в вузе научных кадров, большого количества инновационно ориентированных студентов и пр.) и недостаточно высокими темпами инновационного развития региональных экономик. Для апробации предположения нами были использованы статистические методы анализа информации, характеризующей проблему исследования (на материалах Белгородской области).

Результаты и их обсуждение. Анализ теоретических данных по проблеме исследования показал, что под потенциалом вуза понимается различные, в том числе управленческие и экономические категории (табл. 1).

Отдельные трактовки понятия «потенциал вуза»

Категория	Источник	Краткая характеристика
интеллектуальный капитал [2]	Гринкруг Л С, Б.Е. Фишман. Человеческий потенциал вуза: потребности и возможности развития». Москва: Издательство «Академия Естествознания», 2012 https://monographies.ru/ru/book/section?id=5500	человеческий и структурный компоненты капитала, репутация и имидж организации, корпоративная культура и философия управления.
экономический потенциал [6]	Малолетко А. Н. Потенциал вуза и показатели экономической безопасности // Экономика образования, 2009 https://cyberleninka.ru/search	совокупность ресурсов, в том числе: кадровый, научный и методический
ресурсный потенциал [8]	Палаткина Г.В. Зайченко Е.А. Ресурсный потенциал вуза как фактор формирования лидерских качеств современных студентов. Астраханский государственный университет, 2015. http://izron.ru	совокупность ресурсов образовательного процесса вуза (педагогический, воспитательный), являющаяся необходимым условием формирования лидерских качеств у студентов
организационно-кадровый потенциал университета [4]	Зайцева Е.В. Организационно-кадровый потенциал университета: методология и методика измерения монография / Е.В. Зайцева, В.В. Запарий, А.К. Ключев, С.В. Кульпин, Д.В. Шкурин / под ред. проф., д.и.н. В.В. Запарий ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федерал. ун-т. – Екатеринбург : изд-во Урал. ун-та, 2016. – 215 с. http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/43299/1/978-5-7996-1951-0_2016.pdf	совокупность ресурсов, которыми располагает социально-экономическая система для развития знаний о природе и обществе и для материализации этих знаний в виде новой технологии, продукции, услуг, прогрессивных форм, средств и методов организации управления общественным производством

Данные показывают, что в зависимости от целей исследования, в понятие «потенциал вуза» включают интеллектуальные, кадровые, методические и другие ресурсы. Не умоляя значимость приведенных авторами ресурсов вуза, формирующие его потенциал, необходимо отметить, что ни один из видов данных ресурсов можно отнести к категории не только уникальных, но и труднокопируемых. А значит, с позиции компетентного подхода, предложенного К. Прахаладом и Г. Хамелом, ни один из данных видов потенциалов не является конкурентоспособным не только в стратегической, но и текущей ситуации. Исходя из этого, и классификация ресурсов, формирующих потенциал вуза, и оценка их наличия и эффективности использования является важной теоретической и практической задачей.

На данном этапе исследования нами были проанализированы статические данные, частично характеризующие наличие ресурсов региональных вузов. В качестве объекта исследования выступил ресурсный потенциал вузов ЦФО. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, один из ключевых показателей ресурсного

потенциала вуза – собственно носители исследуемых уникальных компетенций – персонал, занятый исследованиями и разработками, имеет отрицательную динамику (рис.1.) [11].

Численность персонала, занятого исследованиями и разработками, на 10 тысяч занятых в экономике
(Центральный федеральный округ)

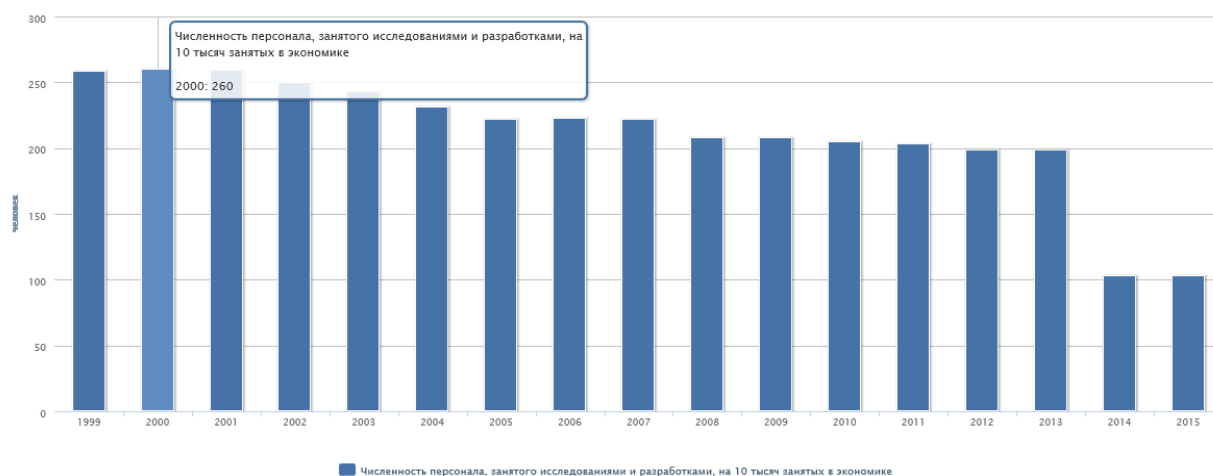


Рис.1 Динамика численности персонала, занятого исследованиями и разработками в ЦФО, на 10 тысяч занятых в экономике

На рисунке 2 показана корреляция показателей численности персонала, занятого разработками и числа организаций, осуществляющих технологические инновации в общем числе обследованных организаций.

Численность персонала, занятого исследованиями и разработками, на 10 тысяч занятых в экономике
(Центральный федеральный округ)
Удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации, в общем числе обследованных организаций
(Центральный федеральный округ)



Рис.2 Корреляция показателей персонала, занятого разработками и числа организаций, осуществляющих технологические инновации в общем числе обследованных организаций в ЦФО

Согласно представленным данным видно, что в изучаемом периоде (последние 10 лет представленных данных), разброс показателей корреляции является значительным. Что негативно характеризует процесс формирования и эффективности использования потенциала вузов (в категории – персонал).

В качестве третьего показателя оценки потенциала вузов ЦФО нами был использован показатель внутренних текущих затрат на исследования и разработки в % к валовому региональному продукту. Взаимосвязь всех трех показателей представлена на рисунке 3.

Численность персонала, занятого исследованиями и разработками, на 10 тысяч занятых в экономике
(Центральный федеральный округ)
Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации, в общем числе обследованных организаций
(Центральный федеральный округ)
Внутренние текущие затраты на исследования и разработки в % к валовому региональному продукту
(Центральный федеральный округ)

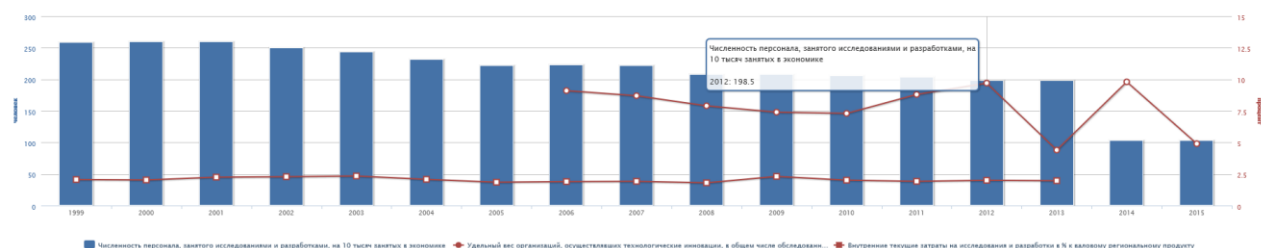


Рис. 3 Корреляция трех выделенных для оценки показателей: численность персонала, занятого в разработках; численности организаций, осуществляющих технологические инновации и внутренние затраты на исследования и разработки в ЦФО

Таким образом, не смотря на достаточно стабильную динамику внутренних затрат на исследования и разработки, другие показатели, характеризующие наличие только предпосылок формирования уникальных ресурсов, являются нестабильными в динамике, поддерживая тем самым негативную тенденцию для развития исследуемого потенциала.

Второй важной особенностью оценки наличия и эффективности использования ресурсного потенциала вузов является, по нашему мнению, тот факт, что данная оценка должна производиться не только внутри отдельного вуза, но и извне – со стороны высокотехнологичного бизнеса, способного реализовать результаты реализации компетенции (внедрить разработки). Краткая схема взаимодействия основных участников (стейкхолдеров) инновационного регионального рынка может выглядеть следующим образом (рис. 4).



Рис. 4 Краткая схема взаимодействия основных участников (стейкхолдеров) инновационного регионального рынка

Заключение. Краткий анализ представленных данных показывает, что формирование и эффективность использования потенциала регионального вуза в виде совокупности внутренних, и даже отчасти внешних компетенций высокотехнологичного регионального рынка, происходит в условиях взаимозависимости и взаимообусловленности.

Помимо представленных отдельных количественных показателей, выделенных нами для оценки хотя бы базовых условий развития данных компетенций, необходимо анализировать качественные показатели развития компетенций вузов и рынка в отдельном пространстве региона.

Литература

1. Герасименко, О.А., Авилова Ж.Н. Концессия как перспективный механизм государственно-частного партнерства / О.А. Герасименко, Ж.Н. Авилова Ж.Н – Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова, № 3 – 2017 – С. 200-205.

2. Гринкруг, Л.С. Человеческий потенциал вуза: потребности и возможности развития / Л.С. Гринкруг, Б.Е. Фишман. – Москва: Издательство «Академия Естествознания», 2012. - 238 с.

3. Гохберг, Л.М. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации / Л.М. Гохберг. – М.: Институт статистических исследований и экономики знаний. Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». 2017. [Электронный ресурс]. URL:

<https://www.hse.ru/data/2017/06/22/1170263711/RIR2017.pdf> (дата обращения: 25.10.2018).

4. Зайцева, Е.В. Организационно-кадровый потенциал университета: методология и методика измерения монография / Е.В. Зайцева, В.В. Запарий, А.К. Ключев, С.В. Кульпин, Д.В. Шкурин / под ред. проф., д.и.н. В.В. Запарий ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федерал. ун-т. – Екатеринбург : изд-во Урал. ун-та, 2016. – 215 с.

[Электронный ресурс]. URL: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/43299/1/978-5-7996-1951-0_2016.pdf(дата обращения: 25.10.2018).

5. Ломовцева, О.А. Использование квалиметрического подхода для оценки стержневых компетенций научно-образовательных организаций / О.А. Ломовцева, С.Н. Прядко // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2016. № 16 (237). – С. 25-37.

6. Малолетко, А.Н. Потенциал вуза и показатели экономической безопасности / А.Н. Малолетко. – М.: Экономика образования, 2009. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/search> (дата обращения: 25.10.2018).

7. Парфенова, Е.Н. Анализ и оценка инновационной активности российских регионов / Е.Н. Парфенова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2016. № 23 (244). - С. 5-11.

8. Палаткина, Г.В. Ресурсный потенциал вуза как фактор формирования лидерских качеств современных студентов / Г.В. Палаткина, Е.А. . – Астратхань: Астраханский государственный университет, 2015. [Электронный ресурс]. URL: <http://izron.ru> (дата обращения: 25.10.2018).

9. Тхориков, Б.А. Практика проектного управления в системе индикативного управления организациями социальной сферы // Всероссийская научно-практическая конференция «Менеджмент в здравоохранении: вызовы и риски XXI века», г. Волгоград (17-18 ноября 2017 г.): сборник материалов. – Волгоград: Изд-во ВолгГМУ, 2018. – С. 355-358.

10. Тхориков, Б.А. Управление организациями социальной сферы: институциональные риски // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия «Экономика Информатика». – 2016. – № 23 (244), вып. 40. – С. 63-71.

11. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://cbsd.gks.ru/> (дата обращения: 25.10.2018).

ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

Семибратский М.В.

*канд. экон. наук, зам. директора
Высшей школы управления НИУ «БелГУ»,
доцент кафедры менеджмента и маркетинга*

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы развития рынка бизнес-образования в России. На основе различных исследований делается вывод о перспективах развития рынка дополнительного профессионального образования. Приводится интерпретация «компетенций будущего».

Ключевые слова: бизнес-образование, компетенции, обучение, дополнительное профессиональное образование.

Качество кадрового потенциала является основой конкурентоспособности на микро- и макроуровне. Этот фактор обуславливает тренд на развитие систем непрерывного образования, который предполагает использование механизмов развития профессиональных компетенций в зависимости от потребностей турбулентной экономики и социальной среды. Новые реалии современной экономики свидетельствуют о том, что современным специалистам, вне зависимости от сферы деятельности, для того чтобы оставаться конкурентоспособным на рынке труда необходимо постоянно профессионально расти и обучаться. Этот факт можно подтвердить статистически. С 2010 по 2017 год, согласно данным Росстата, численность работников, получивших дополнительное профессиональное образование, возросла практически в 3 раза (с 3424 тыс. человек до 9790 тыс. человек). Данный факт свидетельствует о том, что рынок дополнительного профессионального образования в России растет значительными темпами [2].

Вместе с тем, современные требования рынка говорят нам о том, что образовательные механизмы должны быть актуальными и адаптивными, чтобы соответствовать запросам целевой аудитории. Стоящая перед современными бизнес-школами задача по формированию кадров нового поколения невозможна без трансформации базовых принципов и подходов в системе дополнительного профессионального образования. Современные подходы и образовательные технологии должны не только отвечать запросам социально-экономического окружения в развитии необходимых профессиональных компетенций, но и формировать широкий спектр возможностей для получения новых знаний и развития квалификации.

Необходимость развития системы непрерывного обучения связана не только с удовлетворением образовательных и профессиональных потребностей самого человека, но и с трендами реформирования и модернизации современных экономических и социальных институтов. Меняющиеся условия профессиональной деятельности требуют индивидуализации профилей профессионального развития и гибкости квалификационных рамок, порождая задачу обновления системы дополнительного профессионального образования как одного из ключевых элементов развития системы непрерывного образования. Первостепенная важность дополнительного профессионального образования закреплена в ряде стратегических документов, включая приоритетные проекты в сфере образования. Данная тенденция подчеркивает значимость системы дополнительного образования в России и детерминирует актуальность тематики настоящей работы.

Система дополнительного профессионального образования (дополнительного обучения) базируется на трех видах образования:

✓ дополнительное профессиональное образование по программам профессиональной переподготовки (с выдачей диплома о профессиональной переподготовке) или повышения квалификации (с выдачей удостоверения о повышении квалификации);

✓ профессиональное обучение (с выдачей свидетельства о профессии рабочего, должности служащего, подтверждающего присвоение разряда или класса, категории) с возможной реализацией в форме наставничества на предприятии;

✓ профессиональное образование через направление от организации в учреждения профессионального образования (всех ступеней) с получением диплома о соответствующем уровне образования.

Наиболее распространенными видами дополнительного профессионального образования является профессиональное обучение и дополнительное профессиональное образование.

Численность работников, получивших дополнительное профессиональное образование можно представить в виде следующего рисунка (по данным Росстат) [2].

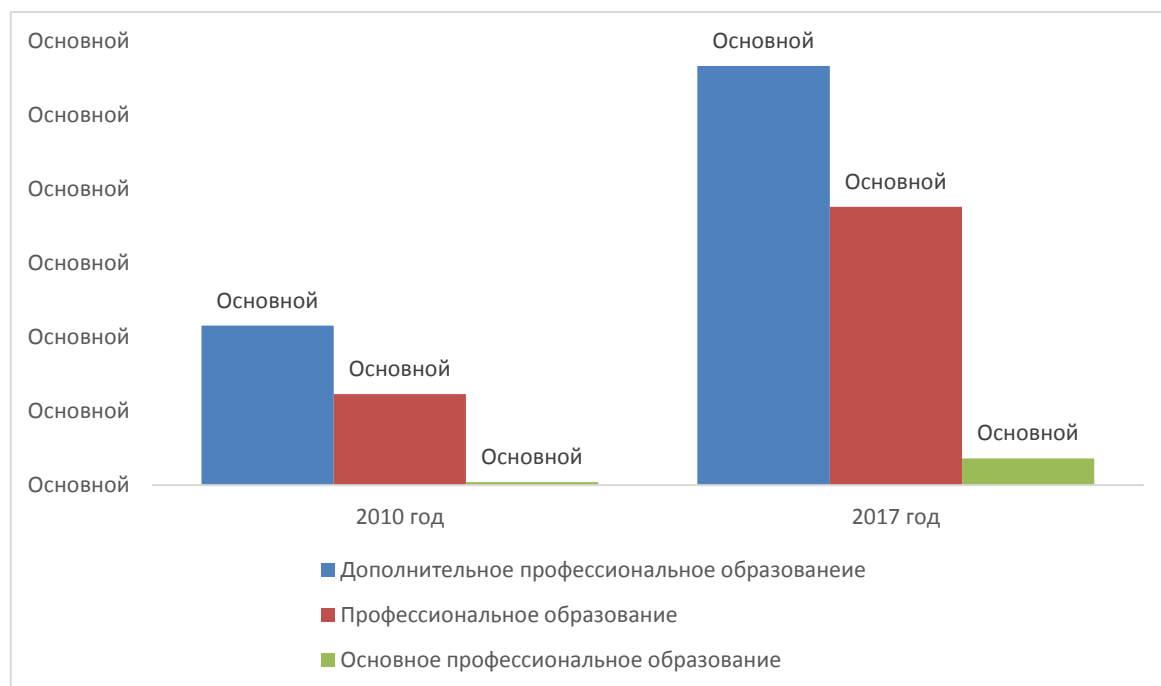


Рис. 1 Динамика численности работников, получивших дополнительное профессиональное образование

Как видно из данного рисунка, рынок бизнес-образования в России имеет устойчивую тенденцию роста. В анализируемый период число лиц, получивших дополнительное профессиональное образование увеличилось практически в 3 раза. Сфера профессионального образования также демонстрирует рост. Данная тенденция свидетельствует о том, что рынок бизнес-образования в России активно расширяется.

В свою очередь, структура спроса на образовательные продукты на рынке бизнес-образования имеет стабильный вид. Лидирующую позицию занимают отрасли группы «Добыча полезных ископаемых», что связано с бурным развитием сырьевой экономики и появлением в этих отраслях крупных компаний, развивающих корпоративную систему дополнительного профессионального образования. Так, например, роль отраслей топливно-энергетического комплекса, на которые приходится значительная часть российского экспорта, обуславливает повышение требований к качеству и технологиям производства, и, следовательно, и к квалификации персонала. Высокие показатели включенности в систему дополнительного профессионального образования отраслей добывающего сектора определяется как в целом темпами развития данной группы отраслей, так и наличием необходимых ресурсов (финансовых, кадровых, технологических и пр.) обеспечивающих существующие потребности [4].

Высокая включенность в систему дополнительного профессионального образования работников отраслей социальной сферы зачастую связана с законодательно закрепленной нормой, определяющей как периодичность, так и продолжительность обучения (в отдельных случаях). В тоже время невысокая вовлеченность в систему дополнительного профессионального образования ряда отраслей связана как с недоучетом в рамках сбора статистической отчетности показателей системы корпоративного обучения, так и с самой спецификой отраслей (степенью технологизации производства, уровнем автоматизации и т.п.).

Уровень активности включения населения в систему дополнительного профессионального образования зависит от множества факторов. Высокий показатель численности работников, получивших дополнительное профессиональное образование, в возрастной категории от 29 до 39 лет связан с поддержкой молодых специалистов. Наибольшую активность показывает группа в возрасте от 30 до 39 лет. Наблюдаемое снижение активности возрастной когорты от 40 до 49 лет в системе дополнительного профессионального образования в условиях роста доли этой когорты в возрастной структуре занятости населения требует разработки поддерживающих механизмов для расширения возможностей профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации для компенсации недостаточности квалификации, полученной ранее в системе профессионального образования. Также важна дифференциация механизмов профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации для разных возрастных групп. Так, современные законодательные тренды Российской Федерации становятся основанием для того, чтобы большее внимание уделить возрастной категории от 50 до 64 лет. В данном случае, развитие цифровизации становится предпосылкой для формирования адаптивных образовательных механизмов [4]. Молодежь, как наиболее мобильная часть населения, предъявляет особые запросы к разнообразию форм и содержания образовательных программ и гибкости самой системы предоставления образовательных услуг.

Оценивая зависимости между активностью участия населения в системе дополнительного профессионального образования и уровнем образования, с учетом реализации мероприятий по созданию высокопроизводительных рабочих мест, важно отметить, что более высокий охват характерен для лиц с высшим образованием.

В экономически развитых странах мира непрерывность образования рассматривается через призму развития системы дополнительного профессионального образования. Особенности экономического развития в странах мира, демографические изменения и четвертая технологическая революция способствовали признанию того, что стратегия обучения на протяжении всей жизни играет ключевую роль в политике обеспечения конкурентоспособности страны, формировании новых форм занятости населения, социальной интеграции местного населения и мигрантов.

Стратеги развития образования стран Европейского союза до 2020 года ориентирована на развитие системы дополнительного образования и делает основные акценты на следующих направлениях:

- ✓ развитие системы непрерывного обучения и поддержка образовательной мобильности;
- ✓ повышение эффективности и качества профессиональной подготовки и переподготовки;
- ✓ расширение творческого потенциала и инноваций в профессиональной подготовке и переподготовке кадров.

Дополнительным профессиональным образованием в странах Европейского союза по статистике охвачено около 45% населения в возрасте от 25 до 65 лет. Мировой опыт системы развития дополнительного профессионального образования включает 2 основные тенденции (рисунок 2) [4].

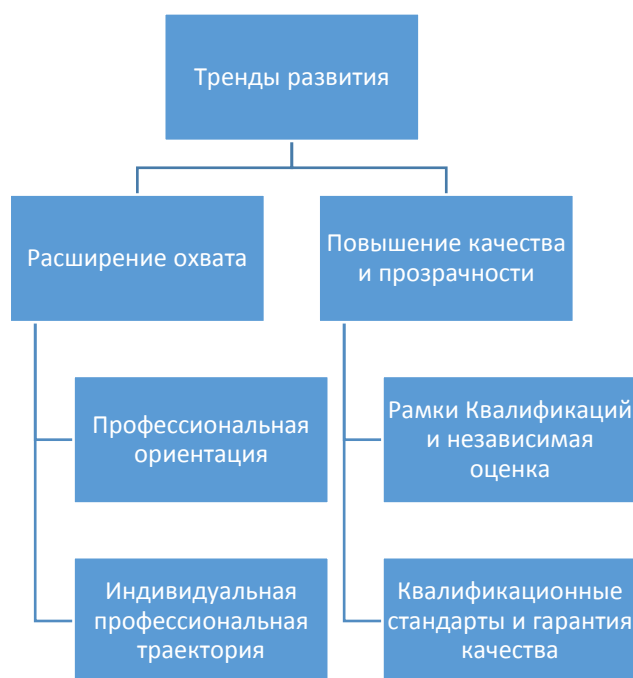


Рис. 2 Основные направления системы дополнительного профессионального образования

Первый блок, связанный с расширением охвата, предполагает ориентацию на население с низким уровнем квалификационных навыков и развитие финансовых механизмов мотивации. Второй блок предполагает интенсификацию рынка образовательных услуг.

Рассматривая тренды развития системы образования, все больше и больше ученых в рамках визионерской деятельности пытаются выявить и определить компетенции будущего, на которые и следует ориентироваться при построении образовательных программ в сфере дополнительного профессионального образования. Мировые ученые дают следующее определение термину «компетенция». Так, под компетенцией следует понимать базовую характеристику личности, следствием которой является эффективное и /или превосходное выполнение работы. Согласно стратегии развития Европейского союза до 2020 года, в системе дополнительного профессионального образования необходимо сделать акценты на развитии 8 ключевых компетенций:

- Общение на родном языке;
- Общение на иностранных языках;
- Математическая компетентности и базовые компетенции в науке и технологии;
- Цифровые компетенции;
- Умение учиться;
- Социальные и гражданские компетенции;
- Чувство инициативы и предпринимательства;
- Культурное самосознание и самовыражение.

Кроме указанных выше, особое внимание уделяется развитию трансверсальных навыков: критическое мышление, креативность, умение работать в команде.

Наряду с выявленными выше тенденциями в сфере образования, в последнее время в бизнес-сообществе и образовательной среде активно создаются и обсуждаются модели «компетенций будущего». Согласно кластерному анализу, проведенному Harvard Business Review, можно выделить 10 компетенций будущего. Сразу заметим, что 3 первые группы компетенций встречаются наиболее часто в различных источниках (около половины исследований делают акцент именно на этих компетенциях) [6].

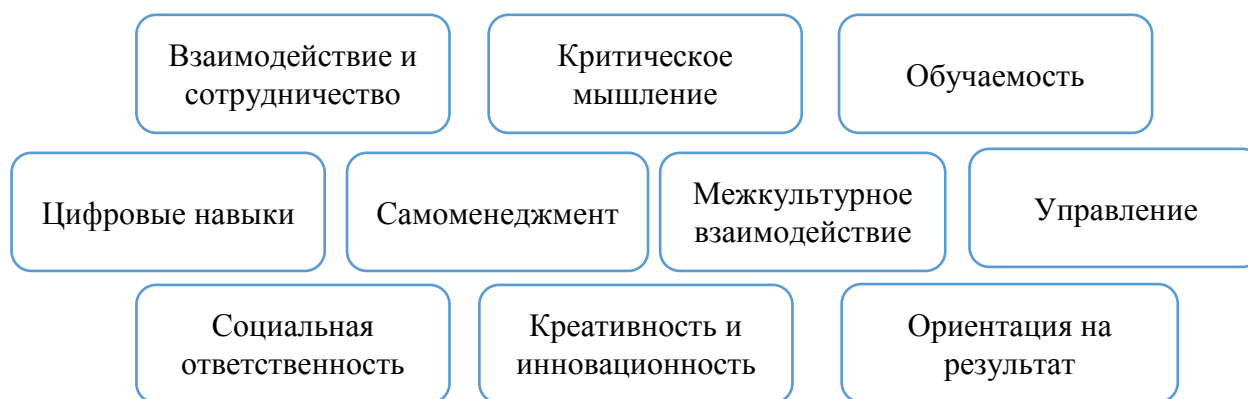


Рис. 3 Модель компетенций будущего

1. Взаимодействие и сотрудничество с другими людьми. В рамках данной группы компетенций есть как ситуационные навыки компетенции (умение вести деловую переписку, умение выступать публично и др.), так и фундаментальные качества личности (эмоциональный интеллект, клиентоориентированность, готовность к сотрудничеству). Данная тенденция подтверждает тот факт, что усиление социального взаимодействия требует постоянного развития качества и форм применения данных навыков.

2. Мышление и решение проблем. Данная компетенция предполагает умение корректно оценивать и анализировать факты и утверждения, принимать решения о том, какую информацию можно использовать для принятия решений. Безусловно, уже сейчас источников получения информации стало даже больше, чем необходимо. Исследователи предполагают, что тренд увеличения информационных каналов также сохранится и в будущем.

3. Обучаемость и открытость новому. В данной группе компетенций содержатся такие навыки, как желание учиться, открытость новому опыту, внутренняя любознательность, легкообучаемость. Безусловно важная компетенция в условиях активного изменения внешней среды.

4. Инновационность и креативность. Данная группа компетенций включает в себя не только навыки творческого решения проблем, но и групповые методы решения разнородных задач. Кроме того, исследования говорят о том, что к данной группе также уместно отнести готовность к экспериментам и, что важно, отсутствие страха совершить ошибку.

5. Цифровые знания и навыки. Безусловно, ключевым навыком в данной укрупнённой группе компетенций является способность и желание осваивать и использовать в профессиональной деятельности новые информационные и технические инструменты.

6. Осознанность и управление собой. Данная компетенция предполагает умение управлять своей концентрацией и ориентацией на выполнение задачи, строить план по личностному и профессиональному развитию, анализировать и находить профессиональные и творческие области применения своих навыков и умений.

7. Междисциплинарное и межкультурное взаимодействие. Сохраняющийся тренд глобализации и международной интеграции предполагает в будущем все большее число форм профессионального и социального взаимодействия жителей разных стран. Ввиду этого, обладание данными навыками становится, практически, правилом хорошего тона.

8. Управление (людьми, проектами, процессами, ресурсами). Навыки проектного менеджмента в условиях быстроразвивающейся экономики и социальных трансформаций являются обязательными для создания новых предприятий и социальных институтов. Для того, чтобы отвечать потребностям современного мира, требуется быстро создавать новые предприятия и продукты и в этом проектные и процессные технологии способны помочь.

9. Этичность и социальная ответственность. Возрастающий уровень социальной ответственности бизнеса в развитых странах является устойчивым трендом. Полагаем, что

в ближайшем будущем данная тенденция также сохранится, поэтому важно при ведении профессиональной деятельности учитывать интересы общества и соответствовать его ожиданиям.

10. Ориентация на достижение результата. Компетенция, предполагающая умение выстроить концепцию достижения результата и реализовать необходимые шаги для достижения поставленной цели. В настоящее время данный навык также имеет немаловажное значение в профессиональной среде и вполне очевидно, что его необходимость в будущем также не уменьшится.

Указанные выше компетенции будущего должны стать основой для развития системы образования различных уровней, в том числе и системы дополнительного образования. Очевидно, что данные навыки являются универсальными и практически одинаково необходимыми всем, вне зависимости от специфики ведения профессиональной деятельности и решают не оперативные специфичные задачи, а нацелены на эффективность в долгосрочном формате.

Таким образом, уровень охвата дополнительным профессиональным образованием в нашей стране остается сравнительно низким. В условиях нарастания скорости обновления профессиональных знаний и навыков, автоматизации процесса производства и смены технологического уклада для гарантии успеха на рынке труда, расширения возможностей трудоустройства и самореализации личности важна система выстраивания индивидуального профиля профессионального развития. Это требует обновления системы дополнительного профессионального образования, развития механизмов поддержки персональной траектории профессионального развития человека, актуализации профессиональных компетенций. Одновременно растет и ответственность самого человека за собственный выбор образовательной и профессиональной траектории, накопленные компетенции и опыт.

Литература

5. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» [Режим доступа] : <http://zakon-ob-obrazovanii.ru/>
6. Российский статистический ежегодник. 2017 / Федеральная служба государственной статистики (Росстат). М., [Режим доступа] : <http://www.gks.ru/>
7. Рынок МВА и бизнес-образования 2017. Исследование РБК, 2017. Режим доступа : <https://marketing.rbc.ru/research/35057/>
8. Доклад Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации «Дополнительное образование в России – итоги реформ», 2017. Режим доступа : <http://ac.gov.ru/files/publication/a/15831.pdf>
9. Тхориков Б.А. Проблемы целеполагания в системе государственного управления социальной сферой / Б.А. Тхориков // Историческая и социально-образовательная мысль. - 2016. - Т. 8. - № 1-2. - С. 164-166.
10. Безручко П. Компетенции неясного будущего / П. Безручко, Ю. Шатров, М. Максимова // Harvard Business Review Россия. – 2017 [Режим доступа] : <https://hbr-russia.ru/karera/professionalnyy-i-lichnostnyy-rost/p26131/>

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ФОРСАЙТ-ПРОЕКТИРОВАНИЯ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ КОНФЛИКТАМИ

Т.П. Стрельцова,

*канд. техн. наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга,
НИУ «БелГУ»*

Аннотация. В статье рассматривается современное состояние вопроса управления организационными конфликтами. Определено предметное поле организационного

конфликта, рассмотрены существующие подходы к классификации конфликтов и процесс управления организационными конфликтами как неотъемлемая часть управленческой деятельности. Автором рассмотрены инструменты форсайта и предложена схема управления организационными конфликтами с помощью методов форсайт-проектирования.

Ключевые слова: организационный конфликт, проектное управление, форсайт, управление персоналом, управление конфликтом.

Трансформации социально-трудовых отношений, обострение проблем на рынке занятости и возрастающая конкуренция повышают степень социальной напряженности в сфере труда, активизируют интерес к проблемам управления персоналом, в частности к вопросу управления конфликтами в условиях современного менеджмента.

Персонал предприятия – это сообщество людей, в котором происходят конфликты различного уровня, порождаемых разными причинами, в них оказываются вовлеченными как отдельные индивиды, так и группы, движимые различными интересами и потребностями, что формирует конфликтное пространство.

Управление конфликтом является одной из важнейших функций руководителя, так как конфликты в организациях нередко оказывают определяющее влияние на качество их деятельности. Разбалансировка взаимосвязей групповой деятельности по причине деструктивного конфликта в коллективе неизбежно ведет к потере эффективности качества деятельности, возрастанию личной неудовлетворенности членов коллектива, текучести кадров и другим негативным последствиям. По оценкам специалистов, менеджеры тратят на разрешение конфликтных ситуаций около 20 % рабочего времени [2].

В зарубежной и отечественной научной литературе понятие «конфликт» употребляется в самых разнообразных значениях. Это связано с тем, что исследованием конфликтологических проблем занимаются различные науки: психология, социология и экономика. Поэтому следует говорить о междисциплинарном подходе к конфликтам (рис. 1.) [6,7].

Психологический подход	Социологический подход	Производственно-экономический подход
<ul style="list-style-type: none"> • Конфликт – это состояние, возникающее, когда два противоположных намерения (мотивации людей или тенденции их действия) проявляются одновременно 	<ul style="list-style-type: none"> • Конфликт – это «такое взаимоотношение между частями (...), которое можно охарактеризовать как объективные (скрытые) и субъективные (открытые) противоречия (...).» 	<ul style="list-style-type: none"> • Конфликт – это когда «два и более человека, принимающих решение», не могут реализовать оптимальную альтернативу, которая бы одновременно удовлетворяла всех участников конфликта

Рис. 1 Подходы к раскрытию понятия конфликт.

Современный подход в экономике труда к исследованию конфликтов основывается на признании факта, что конфликт – это форма социально-трудовых отношений, вызванная противоречиями в сфере труда

Конфликт, возникающий в организации, называют организационным. Организационный конфликт представляет собой особый тип взаимодействия, в основе которого лежат противоречия в интересах, целях, ценностях людей, концентрирующиеся в рамках формальной и неформальной структуры организации [4].

Существуют различные подходы к определению понятия «организационный конфликт». Автор, придерживаясь мнения современных ученых по данному вопросу,

считает, что организационный конфликт – это сложное многоуровневое явление, ограниченное рамками организации, и возникающее вследствие рассогласования целей, интересов и взглядов ее структурных элементов.

Конфликт – это динамический процесс, представляющий собой сложную систему взаимосвязанных объективных и субъективных элементов, отражающих существующее противоречие в коллективе.

Основными элементами конфликта являются:

– субъекты конфликта – стороны конфликта – участники конфликта (индивид или группы индивидов, имеющие прямое или косвенное отношение к конфликту);

– предмет конфликта – реально существующая или воображаемая проблема, для разрешения которой стороны вступают в противоборство. Предметом конфликта может быть материальная реальность (материальные ресурсы, финансы, территория и др.) и духовная реальность (социальный статус, авторитет личности, имидж организации и др.) [3].

– объект конфликта – ядро проблемы, центральное звено конфликтной ситуации; материальная, социальная или духовная ценность, к обладанию или пользованию которой стремятся обе стороны) [1];

– факторы микро- и макросреды, связанные конфликтом (условия, в которых находятся и действуют стороны конфликтной ситуации) (рис. 2).



Рис. 2 Структура конфликта

Стоит отметить, что конфликты бывают чрезвычайно полезны организации. Они помогают увидеть целостную картину и оценить проблему со всех сторон. Конфликты в организации влияют на выбор управленческого решения и определяют вектор развития и изменения организации.

Ценность конфликта заключается в том, что он не позволяет организации «закоснеть», открывает дорогу инновациям, создает определенный уровень напряженности, который всегда необходим для интеллектуальной деятельности.

И. Адизес утверждает, что «конфликт – неизбежный и даже желательный аспект управления» [1]. Управлять конфликтным процессом с изначально негативной установкой к конфликту – не профессионально. Необходимо принять и обуздать конфликт, направить его в нужное русло.

Поэтому главная задача руководителя не бояться конфликтов, а различать конструктивные конфликты (возникающие в силу объективных причин) и деструктивные (закрывающиеся в проблемах отдельных личностей).

Организационный конфликт требует специфических методов и механизмов управления, так как имеет ряд особенностей:

- ограничен рамками организации;
- зависит от специфических свойств организации, ее структурных особенностей;
- оказывает влияние на ухудшение или улучшение эффективности производства;
- ограничен во времени рамками трудового процесса.

Существуют разные точки зрения на понятие «управление конфликтом». Одни авторы рассматривают управление конфликтом как деятельность, другие как процесс. Тем не менее, все исследователи единодушны в том что, управление конфликтом – это часть общего процесса социального управления, представляющая собой целенаправленное воздействие и сознательно организуемая деятельность, способствующие изменению и достижению максимального эффекта при затрате минимальных ресурсов.

Некоторые исследователи, занимающиеся вопросами конфликтологии, вообще не идентифицируют управление конфликтами в особый вид деятельности в организациях, отождествляют его с методами по урегулированию и разрешению конфликтов.

Автор придерживается мнения, что данное отождествление не совсем верно, и деятельность по разрешению и регулированию конфликта следует рассматривать как часть функций деятельности по управлению конфликтами [5].

Таким образом, процесс управления конфликтом – это модерирование конфликта, позволяющее устранить источник возникновения конфликта, исключить возможность его обострения и проявления деструктивных последствий, посредством эффективной системы прогнозирования, регулирования и разрешения конфликтов.

Эффективность управления персоналом будет высокой, если управление конфликтами будет осуществляться на ранних стадиях зарождения противоречий. Поэтому актуальным будет применение методов форсайт-проектирования, которые предполагают точную постановку цели и задач, определение ограниченных ресурсов, контрольных вех и зон ответственности.

С целью построения эффективной системы прогнозирования конфликтов все стратегические задачи организации необходимо перевести в плоскость проектного менеджмента, затем проектную деятельность организации скоррелировать с процессом управления конфликтами с использованием методов и инструментов форсайта.

Предлагаемый алгоритм действий позволит прогнозировать организационные конфликты на ранних стадиях зарождения противоречий, мониторить зоны риска, эффективно управлять конфликтом в случае его возникновения, что в конечном итоге будет способствовать высокой эффективности управления персоналом и позволит руководству организации иметь четкую картину рабочего процесса (рис. 3).

Предлагаемая схема носит универсальный характер и может быть использована как в органах государственной власти, так и в бизнес-структурах, с целью управления организационными конфликтами.

Ясная постановка задач, четкие инструкции, оптимизация выполнения рабочих операций и зоны ответственности каждого члена команды, коммуникационные процессы, прописанные в проектной документации для каждого проекта, позволят снизить напряжение в коллективе и предотвратить возникновение и «разгорание» организационных конфликтов.

Для прогнозирования конфликтов в организации мы предлагаем использовать следующие методы форсайта:

- качественные (мозговой штурм, конференции, деревья целей, ролевые игры, экспертные панели),
- количественные (бенчмаркинг, моделирование),
- смешанные (дорожные карты, опрос).

Методы форсайта, в частности форсайт-сессии позволят сотрудникам системно смотреть на варианты развития организации и определить ответы на возможные вызовы, сгенерировать новые идеи.



Рис. 3 Схема управления конфликтами в рамках проектной деятельности организации

Руководство организации должно выступать в роли заинтересованных участников форсайта, тогда возможна ситуация заключающаяся в одновременном поддержании партикулярных интересов организации и заинтересованности в достижении целей форсайта.

Сама организация систематического прогнозирования приводит к формированию высокого уровня культуры управления. Форсайт ориентирован на выбор наиболее перспективных вариантов по разработке мер, обеспечивающих оптимальную траекторию достижения стратегических целей организации.

В случае возникновения конфликта у руководства организации есть четкая схема его разрешения, так как инструменты проектного менеджмента заранее позволяют определить состав участников, объект разногласий, зоны риска, инструменты регулирования конфликтов.

Комплекс предложенных мероприятий, поможет сформировать в организации систему управления конфликтами, что приведет к улучшению социально-психологического климата трудового коллектива, росту личной эффективности и вовлеченности сотрудников в рабочий процесс, и в конечном итоге к повышению эффективности системы управления.

Литература

1. Адизес И. Развитие лидеров: Как понять свой стиль управления и эффективно общаться с носителями иных стилей / Ицхак Калдерон Адизес; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 259 с.
2. Дмитриев А. В. Конфликтология [Текст]: учебник для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. / А. В. Дмитриев. – М.: Альфа-М, 2012.– 336 с.
3. Емельянов, С. М. Управление конфликтами в организации: учебник и практикум для академического бакалавриата 2-е изд., испр. и доп. / С. М. Емельянов. –М.: Издательство Юрайт, 2018. – 261 с.

4. Решетникова К.В. Организационная конфликтология: уч. пособие / К.В. Решетникова – М.: ИНФРА-М, – 2013. – 29 с.

5. Стрельцова Т.П. Совершенствование системы управления конфликтами в организации: дипл. работа (диссертация магистра управления персоналом). НИУ «БелГУ», Белгород, 2018.

6. Щегулин А.В. Управление трудовыми конфликтами как формой социально-трудовых отношений в организациях рекламной сферы: дис. ... канд. экон. наук. / А.В. Щегулин, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления». – Москва, 2016. – 276с.

7. Эрика Регнет. Конфликты в организациях. Формы, функции и способы преодоления/Х.: Изд-во Институт прикладной психологии «Гуманитарный центр», 2005. – с.18.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА

И.Н. Титова,
*старший преподаватель
кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»*

Аннотация. В статье рассмотрена система управления социально – экономическим развитием региона и изучены ее элементы. Определена актуальность прогнозирования социально – экономического развития региона, а также показана его важность для разработки и реализации региональной политики и принятия управленческих решений.

Ключевые слова: прогнозирование, социально – экономическое развитие, региональное управление, принятие управленческих решений.

Социально-экономическое развитие страны является одним из главных направлений деятельности органов государственной власти. При этом, развитие страны в целом невозможно без учета функционирования социальной и экономической сфер субъектов Российской Федерации. Важно отметить, что в настоящее время наблюдается значительная дифференциация социально – экономического развития среди субъектов Российской Федерации. Неоднородность развития российских регионов объясняется различными условиями их среды функционирования. А это, естественно, сказывается на объеме правового регулирования социально – экономического развития в каждом регионе.

С учетом этого, в последнее время особенно актуален вопрос повышения эффективности управления регионом, так как от него напрямую зависит социально-экономическое состояние регионов. Управление социально-экономическим развитием региона может осуществляться с помощью разнообразного спектра стратегий, программ, конкретных действий и одноразовых управленческих решений, посредством которых стимулируется развитие экономики региона, создаются новые рабочие места, увеличивается налоговая база, расширяются возможности для определенных видов экономической активности.

В системе управления процессами социально-экономического развития региона, регулирования его направления и динамики особое место занимает прогнозирование. Разрабатываемые в стране на всех уровнях национальной экономики прогнозы, программы и планы являются важнейшими инструментами реализации политики соответствующих субъектов управления. Они позволяют организовать четкую, продуманную, всесторонне обоснованную работу по достижению ориентиров социально – экономического развития.

Говоря об управлении социально-экономическим развитием региона как о системе важно рассмотреть ее составляющие элементы. Так как в целом социально – экономическое развитие имеет циклическую природу, то и управление социально – экономическим развитием региона можно представить в виде управленческого цикла (рисунок 1).

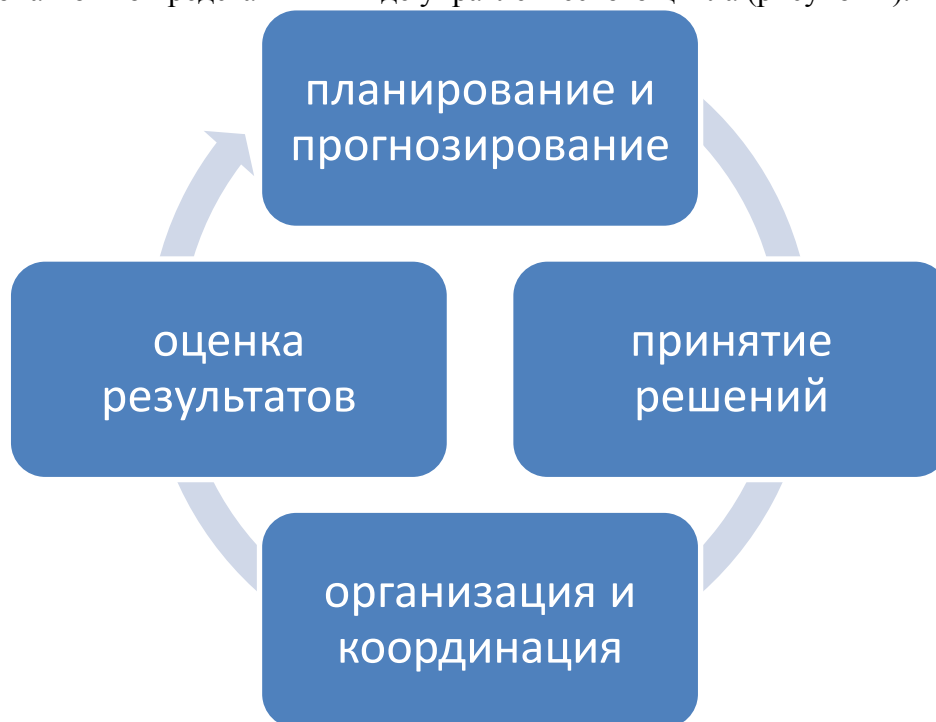


Рис. 1 Структурные элементы управленческого цикла

Как видно из рисунка, прогнозирование тесным образом связано с планированием и является одной из его стадий. Также видна существенная связь с другими элементами управленческого цикла: с одной стороны, прогнозирование является основой для принятия управленческих решений, с другой – обязательно должно быть построено на оценке результатов, полученных на предыдущих циклах управления. Результаты прогнозирования социально-экономических показателей выступают в качестве основы для принятия управленческих решений на различных уровнях управления экономическим развитием, и, следовательно, необходимы всем субъектам экономических отношений.

На региональном уровне управления, анализ и прогнозирование социально-экономического развития выступает в качестве исходной базы при выработке системы мер экономической политики региона, цели и задачи которой определяются на очередном этапе управленческого цикла. При этом прогноз социально-экономического развития региона формируется из комплекса частных прогнозов и отражает наиболее общие макроэкономические показатели, характеризующие развитие производственной и социальной сферы региона.

В настоящее время правовое регулирование прогнозирования в субъектах Российской Федерации осуществляется на основе Федерального закона Российской Федерации от 28 июня 2014 г. №172 – ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» и соответствующих региональных законодательств субъектов Российской Федерации.

В ходе процесса прогнозирования взаимодействует большое количество участников, что вызывает определенные сложности, поэтому четкая организация данного процесса стимулирует взаимодействие науки, бизнеса, общественных организаций и региональных органов государственной власти, а также позволяет увидеть наиболее острые проблемы и возможные перспективы развития региона.

Важно отметить, что сам процесс прогнозирования требует развитой методологической базы и информационного обеспечения. На сегодняшний день существуют проблемы связанные с построением модели экономики региона, которая не учитывает текущие условия функционирования региона. А отсутствие оперативной, полной и достоверной статистической информации о социально – экономическом состоянии региона крайне затрудняет качественное проведение аналитических и прогнозных расчетов от которых будет зависеть принятие и реализация соответствующих управленческих решений.

Значимость прогнозирования сложно переоценить в системе управления социально – экономическим развитием региона, так как именно оно позволяет оценить существующие тенденции и сформировать направления желаемых стратегий развития региона, определить и обосновать место региона в системе территориального разделения труда. Наряду с этим в рамках стратегического управления к процессу прогнозирования предъявляются новые требования, состоящие в повышении его гибкости и оперативности с целью быстрого реагирования на изменяющиеся внешние и внутренние условия функционирования региона.

Таким образом, прогнозирование социально-экономического развития региона является одним из элементов цикла управления и основной для принятия управленческих решений на региональном уровне. Региональное прогнозирование выполняет аналитическую, диагностическую функции и функцию предвидения и является обязательным инструментом разработки перспектив развития региона. Т.е. позволяет научно обосновать региональную политику на федеральном и региональном уровнях.

Литература

1. Бажин А.Н., Гусарова О.М. Социально-экономическое развитие региона: индикаторы, модели, проблемы / А.Н. Бажин, О.М. Гусарова [Текст] // Международный студенческий научный вестник. – 2017. - №6. – С. 78 – 84.
2. Батейкин Д.В. Современные аспекты развития теории и практики прогнозирования социально-экономического развития регионов / Д.В. Батейкин [Текст] // Новая наука: современное состояние и пути развития. – 2016. №1-1. – С. 59-63.
3. Еремина Н.В. О разработке прогнозов социально-экономического развития /Н.В. Еремина [Текст] // Бюджет. – 2011. - № 10.
4. Кукарская Л. И. Актуальные вопросы прогнозирования социально – экономического развития региона в контексте стратегирования / Л.И. Кукарская [Текст] // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2013. - № 1.
5. Нижегородцев Р.М., Пискун Е.И., Кудревич В.В. Прогнозирование показателей социально-экономического развития региона / Р.М. Нижегородцев, Е.И. Пискун, В.В. Кудревич [Текст] // Экономика региона. – 2017. – Т.13, вып.1. – С.38-48.
6. Придворова Е.С. Сравнительный анализ методов прогнозирования социально-экономического развития региона (на примере Белгородской области) /Е.С, Придворова [Текст] // Научные ведомости. Серия История. Политология. Экономика. Информатика. Вып. 25/1. – 2013. - №1.
7. Тинякова В. И. Адаптивно – рациональное прогнозирование показателей социально – экономического развития региона. / В.И. Тинякова [Текст] // Вестник ЧелГУ – 2007. - №10.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К ПОНИМАНИЮ СУЩНОСТИ КООПЕРАЦИИ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Козийчев Ю.В.,

аспирант НИИУ «БелГУ»

Тхориков Б.А.,

*доцент, канд. соц. наук, заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга,
НИИУ «БелГУ»*

Аннотация. В статье произведен теоретический анализ подходов к пониманию сущности кооперации в сельском хозяйстве. Определено предметное поле сельскохозяйственной кооперации, рассмотрены существующие подходы к классификации кооперативов и принципы их функционирования в условиях рынка. Автором рассмотрена современная роль кооперативного подхода в развитии индивидуальных фермерских хозяйств.

Ключевые слова: сельское хозяйство, кооперация, кооператив, кооперативные принципы.

В научной экономической литературе понятие «кооперация» имеет десятки определений. Термин «кооперация» (*cooperatio*) латинского происхождения и в переводе на русский язык означает совместную работу, сотрудничество. В настоящее время под кооперацией понимается совокупность особых общественно-хозяйственных объединений, основанных на коллективной форме собственности [1].

Таким образом, сущность кооперации можно определить как объединение граждан и (или) юридических лиц на основе членства, с сохранением своей юридической и хозяйственной самостоятельности, в целях ведения производства или оказания услуг в крупных масштабах своими силами и в своих интересах. В сферу кооперирования вовлекаются те формы деятельности, которые становится невыгодно выполнять в отдельном хозяйстве.

Под кооперацией в сельском хозяйстве наука подразумевает организацию специфической формы хозяйственных образований – кооперативов, называемых обществами и товариществами.

Стоит сказать о том, что ведущие отечественные и зарубежные исследователи и деятели кооперации, на всех этапах ее развития, работали над формированием понятия «кооператив», поскольку многочисленные затруднения на практике кооперативного строительства были таковы, что разрешить их без вмешательства науки было невозможно.

Проведем анализ разнообразных подходов к установлению сущности данной категории (см. Таблица 1.). В этом многообразии определений следует подчеркнуть общность взглядов авторов на то, что определяет концепцию кооператива – локализация кооперативного дела и наличие взаимосвязей. Как указывает А.В.Марьяновский, преобладающая концепция кооперативов – это обеспечение определенных преимуществ (экономия средств, усилий, времени) своим членам посредством соединения отдельных хозяйственных функций индивидов в организации [2]. Особенно отчетливо это проявляется на местном уровне, где кооперативы приносят реальную экономическую и социальную пользу своим пайщикам, сохраняет связь с местностью, где появляется [3], находясь в тесной связи с местными потребностями, местными интересами, местными движениями [4]. Кооператив укореняется здесь как организационная форма проявления самодеятельности на микроуровне. Именно местные кооперативные общества – первоисточник кооперативной жизни на национальном и мировом уровне.

В целом все определения можно объединить в следующие семь принципов, каждый из которых сфокусирован на доминировании черты, характеризующие функционирование кооператива:

1. Добровольность и открытое членство. Кооперативы являются добровольными организациями, открытыми для всех людей, способных пользоваться их услугами и нести ответственность, связанную с членством, без ограничений в области пола, социальных, расовых, политических и религиозных принадлежностей людей.

2. Демократический контроль, осуществляемый членами кооператива. Кооперативы являются демократическими организациями, контролируруемыми их членами, принимающими активное участие в разработке политики и принятии решений. Все выбранные представители, мужчины и женщины, подотчетны членам кооператива. В первичных кооперативах члены имеют равное право голоса (один член – один голос), а кооперативные объединения других уровней так же основаны на демократических принципах.

3. Экономическое участие членов кооператива. Члены своими долями образуют и демократически контролируют капитал своих кооперативов. Члены кооператива обычно получают ограниченное вознаграждение на внесенный паевой капитал, что является условием членства. Члены кооператива направляют остаточный капитал (излишки) на одну из следующих целей или на все следующие цели: развитие своего кооператива; вознаграждение членов кооператива соответственно их участию в делах кооператива; поддержание других видов деятельности кооператива, одобренных его членами.

4. Автономия и независимость. Кооперативы автономные организации взаимопомощи, контролируемые своими членами. Если они заключают соглашение с другими организациями, в том числе правительственными, или же пополняют свой капитал из внешних источников, они это делают только на условиях, обеспечивающих членам сохранение демократического контроля и кооперативной автономии.

5. Образование, повышение квалификации и информация. Кооперативы обеспечивают образование и повышение квалификации своим членам, выборным представителям, наемным управляющим и работникам с тем, чтобы те смогли внести эффективный вклад в развитие своих кооперативов. Они информируют общественность – особенно молодежь и общественных деятелей – о том, что представляет собой кооперативы и какую пользу они приносят.

6. Сотрудничество между кооперативами. Кооперативы более эффективно обслуживают своих членов и укрепляют кооперативное движение, развивая сотрудничество на местном, национальном, региональном и международном уровнях.

7. Забота об обществе. Уделяя основное внимание нуждам и потребностям своих членов, кооперативы так же заботятся о постоянном развитии своих обществ.

Вышеуказанные кооперативные принципы являются международными и едиными для всех кооперативов мира. Законодательством государств допускается установление своих специфических принципов, но они не должны противоречить международным принципам. Общепризнанными в мировой практике являются кооперативные ценности и принципы, которые были сформулированы в 1995 г. Всемирным кооперативным конгрессом [5].

С нашей точки зрения благодаря кооперации мелкие и экономически слабые крестьянские хозяйства могут противостоять напору крупных торговых, перерабатывающих, посреднических и других организаций. В современной экономике индивидуальные фермерские хозяйства играют огромную роль в обеспечении продовольственной безопасности страны. Так, например, по данным Федеральной службы государственной статистики, личные подсобные хозяйства и крестьянские (фермерские) хозяйства производят более половины валовой и около 40 % товарной продукции сельского хозяйства. Сегодня, в целях эффективного развития кооперации в условиях ужесточения конкуренции после вступления России в ВТО для сохранения социальной стабильности и экономического роста малых форм хозяйствования отрасли важно их вовлечение в кооперативные отношения.

Теоретический анализ определений кооператива

Автор	Год	Источник	Определение
Фэй	1912	Кооперация в Западной Европе	Кооперативное общество есть ассоциация, возникшая среди слабых хозяйств с целью объединения их промышленной деятельности, руководящаяся всегда духом альтруизма и построенная на таких основаниях, что все те, которые подготовлены к принятию на себя обязанностей членов, могут участвовать в расходах ассоциации в доле, соразмерной степени пользования их ее благами [14].
Кауфман	1912	Теория потребительской кооперации	Кооперативы – это общества с неограниченным числом лиц, они таким образом являются персональными обществами и уже тем самым резко отличаются от акционерных обществ. Носителем прав внутри организации является не капитал, не акция, а лицо [9].
Туган-Барановский	1916	Социальные основы кооперации	Кооператив есть такое хозяйственное предприятие нескольких, добровольно объединившихся лиц, которое имеет своей целью не получение наибольшего барыша на затраченный капитал, но увеличение благодаря общему ведению хозяйства трудовых доходов своих членов или уменьшение расходов этих членов на их потребительские нужды [15].
Пажитнов	1917	Основы кооператизма	Кооператив есть такое добровольное соединение нескольких лиц, которое имеет своей целью совместными усилиями бороться с эксплуатацией со стороны капитала и улучшить положение своих членов в процессе производства, обмена или распределения хозяйственных благ, т.е. как производителей, потребителей или продавцов рабочей силы [12].
Анцыферов	1918	Очерки кооперации. 3-е изд.	Кооперативная ассоциация есть свободное соединение неограниченного числа лиц для достижения общих хозяйственных целей, основанное на принципах равенства прав участников и самоуправления, в котором каждый член принимает непосредственное личное участие и несет материальную ответственность, а получается в результате хозяйственных операций чистая прибыль не идет на вознаграждение капитала [6].
Чаянов	1919	Основные идеи и формы организации крестьянской кооперации	Кооператив представляет собой организованную на коллективных началах часть экономической деятельности той или иной группы лиц и призван обслуживать интересы этой группы и только этой группы [18].
Бруцкус	1923	К теории кооперации // Вопросы экономики	Кооператив есть коллективное предприятие, целью коего является наиболее совершенное и дешевое удовлетворение в рамках менового хозяйства индивидуальных потребностей его членов [7].

Автор	Год	Источник	Определение
Попов	1928	Теория кооперации. 2-е изд.	Кооператив представляет собой меновое денежное хозяйство, специализирующееся в той или иной области, хозяйство, долженствующее устанавливать свою связь с многочисленными другими хозяйствами через рынок, путем обмена – путем купли продажи [13].
Хойер	1990	Как делать бизнес в Европе	Кооператив - это общество, деятельность которого направлена в принципе не на получение доходов, а на оказание помощи и содействия членам общества [17].
Буздалов и Шмелев	1995	Вопросы экономики	Кооператив – это узколокальная организация совместной деятельности экономически обособленных производителей-собственников, как правило, избегающих обобществления и признающих только добровольное сотрудничество в выполнении тех или иных функций [8].
Соболев	1998	Экономическая теория: Учебное пособие	Кооператив оформленная и законно учрежденная организация, существование и развитие которой ведется созданными ее физическими лицами в их совместной работе и сотрудничестве [19].
Макаренко	1999	Теория и история кооперативного движения: Учебное пособие	Кооператив – это добровольное объединение физических лиц для улучшения своего обслуживания, материального и социального положения [10].
Ревинский	1999	Курс экономики: Учебник	Кооператив – экономически самостоятельный производитель товаров и услуг и одновременно потребитель ресурсов. Цель такого объединения – получение определенного преимущества от экономии за счет масштабов деятельности. Кооператив является экономически самостоятельным производителем товаров и услуг, действующим на принципах самоуправления и самофинансирования. Строго говоря, он не может выступать коммерческой фирмой, поскольку для его членов основной целью является не получение прибыли, а распределение дохода [14].
Марконе	1999	Конгресс и Генеральная ассамблея Международного кооперативного альянса	Кооперативное общество – это компания, которая как таковая должна быть конкурентоспособной на рынке, внедряя наиболее подходящие методы и политику, которая обеспечивает предпринимательский успех, но интеграция экономических действий и социальных целей – вот, что в основном, делает миссию кооперативного общества особенно обширной и сложной по сравнению с другими компаниями, и в то же время то, что поднимает рамку обычного уровня ожиданий [11].

Литература

1. Ожегов С.И. Словарь русского языка: около 5300 слов / под ред. Л.И. Скворцова. 24-е изд. испр. – М., 2004. – С. 376.
2. Марьяновский В.А. Советская экономика и кооперация: несостоявшийся альянс – М., 1992. С50.
3. Вигодзинский В. Кооперация в Германии. – М. 1918. С3.
4. Евдокимов А.А. Кооперация. Страницы истории. Вып. VI. – М. 1997. С232/
5. Шеина З.И. Указ. соч. С. 40.
6. Анцыферов А.Н. Очерки кооперации. 3-е изд. – Полтава. 1918. С33-34.;
7. Бруцкус Б.Д. К теории кооперации // Вопросы экономики. 1995. - № 10. С.126.
8. Буздалов И.Н., Шмелев Г.И. Вопросы экономики. 1995. - №1. С81.
9. Кауфман Г. Теория потребительской кооперации. – СПб., 1912. С17.
10. Макаренко А.П. Теория и история кооперативного движения: Учебное пособие. - М., 1999. С6.
11. Марконе С. [Доклад] Конгресс и Генеральная ассамблея Международного кооперативного альянса. 30 августа -1 сентября 1999 года. – Квебек. 1999. (на англ. Яз.).
12. Пажитнов К.А. Основы кооператизма. – Петроград: Мысль. 1917. 174 с.
13. Попов Н.И. Теория кооперации. 2-е изд. – М., 1928. С.95.
14. Ревинский И.А. Курс экономики: Учебник. – Новосибирск. 1999. С.46-47.
15. Туган-Барановский М.И. Социальные основы кооперации. - М., 1916. С.94.
16. Фэй Ч.Р. Кооперация в Западной Европе. – СПб., 1912. С5.
17. Хойер В. Как делать бизнес в Европе. – М., 1990. С.36.
18. Чаянов А.В. Основные идеи и формы организации крестьянской кооперации. – М., 1919. С.83.
19. Экономическая теория: Учебное пособие / Под ред. Н.Н. Соловых. – М., 1998. – Приложение: Соболев А.В. Модель потребительской кооперации в рыночной экономике. С319.

СУЩНОСТНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Я.А. Яковенко

*ассистент кафедры экономики предприятия,
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и
торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические подходы к трактовке понятия «потенциал», проведен их компаративный анализ, выделены сущностно-содержательные характеристики потенциала, предложена структурно-логическая схема ресурсного потенциала предприятия.

Ключевые слова: потенциал, ресурсный потенциал, структура ресурсного потенциала.

Введение. Одной из основных системных функций предприятий является экономическая функция, сферой реализации которой является ресурсное обеспечение текущей и перспективной деятельности организации и повышение ее эффективности. Именно эта функция является реальной основой выполнения предприятиями ряда других институциональных функций.

Если потенциал преобладает над силой и интенсивностью конкурентного давления, то можно утверждать, что предприятие является конкурентоспособным. Противоположная ситуация, наоборот, указывает на неспособность предприятия стабильно функционировать

и развиваться в условиях влияния конкурентов, а также свидетельствует о высоком конкурентном риске его деятельности. Величина потенциала предприятия в этом случае выступает как базис его конкурентоспособности, который определяет вероятность достижения предприятием лучших основных конкурентов результатов функционирования в будущем при любых условиях конкурентной среды [1, с.56].

Методы и организация исследования. При проведении исследования использованы методы системного и семантического анализа (при определении трактовки понятия «потенциал»), методы компаративного анализа (при определении понятия «ресурсный потенциал»), методы структурно-логического анализа (при составлении структурно-логическая схема ресурсного потенциала предприятия).

Результаты и их обсуждение.Трактовки понятия «потенциал предприятия» весьма разнообразны, однако результаты их анализа позволили выделить несколько теоретических подходов к сущности исследуемой категории. Так, потенциал предприятия можно рассматривать, основываясь на подходах, представленных на рисунке 1.



Рис. 1 Сущностная характеристика понятия «потенциал предприятия»

Обобщено и систематизировано автором по источникам [5; 7; 8; 6; 9]

В первом случае потенциал трактуется как способность системы к максимизации получаемых в ходе хозяйственной деятельности результатов (объемов производства продукции, прибыли). Оценка его величины в этом случае заключается в определении максимального количества благ, которые предприятие способно производить в условиях данного количества, качества и структуры ресурсов [4; 8; 9].

Долгое время в отечественной экономической науке экономический потенциал предприятия отождествлялся с масштабом деятельности объекта, а для его характеристики использовались понятия размер предприятия и его производственная мощность [8, с. 22].

Ориентация на максимизацию производственной функции характерна и для исследований советского периода, где в условиях централизованной системы управления экономикой проблема оценки потенциала производственных предприятий решалась посредством измерения их производственной мощности; нормирования труда, площади, средств обращения; доведение до предприятий предельных задач объема товарооборота и прибыли. Однако использование этого подхода в современных условиях вызывает сомнение, поскольку он не учитывает внешний аспект проявления потенциала.

Согласно функциональному подходу потенциал предприятия рассматривается как совокупность функций, которые обеспечивают реализацию способностей и возможностей [39, 61]: производство, маркетинг, научные исследования и другие.

Также, потенциал как экономическая категория представляет собой возможность и готовность экономических субъектов сосредоточить свои усилия на тех сферах деятельности, в которых у них имеются либо абсолютные, либо сравнительные преимущества [2]. Содержание экономической категории «потенциал» определяется следующими характеристиками [3] представленными на рисунке 2.

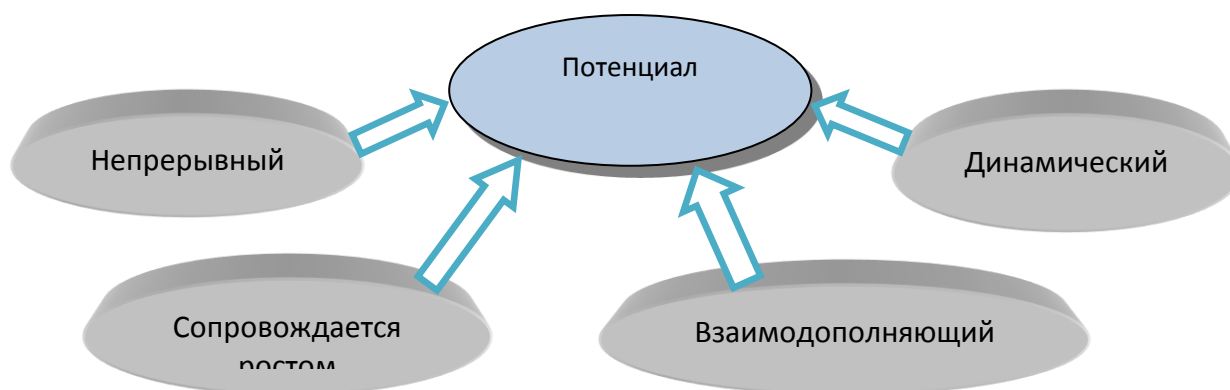


Рис.2 Характеристики экономической категории «потенциал»

Основной характеристикой потенциала в данном аспекте рассмотрения является динамический характер и проявляется он только в процессе его использования; использование потенциала должно сопровождаться ростом; процессы использования и наращивания потенциала являются непрерывными и дополняют друг друга.

Потенциал характеризует также уровень практического применения и использования имеющихся возможностей. В данном понимании термин «потенциал» достаточно часто совпадает с понятием «резерв». При этом, рассматривая потенциал в таком аспекте, следует отметить, что возможности предприятия могут быть как реализованы, так и нереализованные. В свою очередь нереализованные возможности отдельных структурных элементов потенциала приводят к снижению эффективности функционирования потенциала предприятия в целом [Бак] .

Ресурсная составляющая потенциала – это не исчерпывающая его характеристика. Безусловно, методологической основой для понимания сущности и внутренней природы потенциала выступает само понятие «ресурсы». Однако их не следует отождествлять. Среди ученых, занимающихся исследованием ресурсного потенциала, не выработано единого подхода к его пониманию.

Анализируя научные труды ученых, выделяются такие подходы к определению категории «ресурсный потенциал»: данная категория представляет собой совокупность ресурсов без учета их качественной определенности; ресурсный потенциал - это материальная основа производства до момента их вовлечения в производственный процесс; определение ресурсного потенциала без упоминания его целевого назначения.

Результатом теоретического анализа различных литературных источников [1-10] стал вывод о том, что ресурсный потенциал предприятия - это совокупность качественных характеристик имеющихся видов ресурсов, обуславливающих достижение экономического эффекта деятельности предприятия с учетом его возможностей и степени готовности к стратегическому развитию в условиях конкурентной среды.

Авторское понимание этого понятия состоит в следующем: ресурсный потенциал – это возможности и резерв неиспользованных материальных, нематериальных, человеческих, производственных, финансовых и других ресурсов. Именно совокупность обеспеченных ресурсами функциональных возможностей предприятия определяет его способность гибко реагировать на все изменения, происходящие во внешней конкурентной среде и обеспечивать устойчивые преимущества в отношении своих конкурентов.

Развитие темы ресурсного потенциала складывается в рамках сложившихся направлений стратегического планирования и управления, таких как финансовый менеджмент, управление персоналом, логистика, бизнес-планирование и т.д. В результате накоплен богатый инструментарий оценки возможностей организации в различных сферах ее деятельности, но вместе с тем, ощущается недостаток полноты охвата и систематизированного подхода в представлении структуры ресурсного потенциала.

Структура, в которой сегодня представлены знания, нацеленные на оценку ресурсного потенциала предприятия, не позволяет руководителю оперативно оценить возможности своего предприятия, выявить слабые стороны или, наоборот, обнаружить и оценить внутренние резервы для осуществления новых шагов в рыночной деятельности. Основной причиной сложившейся ситуации является отсутствие четкой структуры, которая имела бы взаимосвязь не только с процессом стратегического управления, но и с организационной структурой предприятия.

Правомерно предположить, что одинаковые по качеству ресурсы могут обладать различным потенциалом в зависимости от степени их использования. Значит, ресурсный потенциал характеризует не только различные виды ресурсов, но и степень их использования, их способность создавать полезный эффект.

Также, стоит заметить, что как экономическая категория ресурсный потенциал выражает отношения между людьми по поводу аккумуляции и использования имеющихся возможностей. Сущность ресурсного потенциала заключается во взаимодействии всех его составляющих элементов.

Структуру ресурсного потенциала предприятия составляют производственно – технологический и технический потенциал, финансовый, природный, информационный, менеджментный, кадровый и инновационный потенциалы (Рис.3).

Формирование и развитие ресурсного потенциала предприятия происходит следующим образом: базовыми ресурсами для любого предприятия являются кадры (область E-A-f-j), основной капитал, формирующий производственно-технический и технологический потенциал предприятия (A-B-g-f), финансовый потенциал (B-C-h-g) и экологический потенциал, сформированный за счет использования природных ресурсов в производстве (C-D-i-h).

Если предприятие ориентируется на инновационный путь развития, то ресурсная база предприятия претерпевает изменения – базовые потенциалы обрастают новыми качественными свойствами, появляются новые возможности, формируются конкурентные преимущества.

Развитие кадрового потенциала предприятий ведет к совершенствованию администрирования и формированию менеджмент-потенциала (интеллектуальный потенциал) (область S-f-j), развитие производственно-технического, технологического, финансового и экологического потенциалов создают фундамент инновационного развития предприятия, которое невозможно без качественных изменений в производстве, финансовой сфере, без использования современных технологий, ориентации предприятия на ресурсосбережение.

На рисунке 3 инновационный потенциал занимает область (S-f-g-h-i). Зарождение бизнеса и последующее его развитие в современном мире предполагает наличие у предпринимательского субъекта определенного объема информации, что послужило основанием для нас обособить информационный потенциал (S-D-E).

Сами по себе информационные ресурсы не могут обеспечить развитие предприятия, но информационные потоки, ускоряясь и наполняясь обновленными данными, способны спровоцировать рост скорости накопления качественных измерений, сформировать информационную базу для развития всех потенциалов предприятия. В ходе данного развития происходит взаимодействие потенциалов, появляются синергетические эффекты (S), позволяющие системе выйти на новый качественный уровень инновационного развития [23].

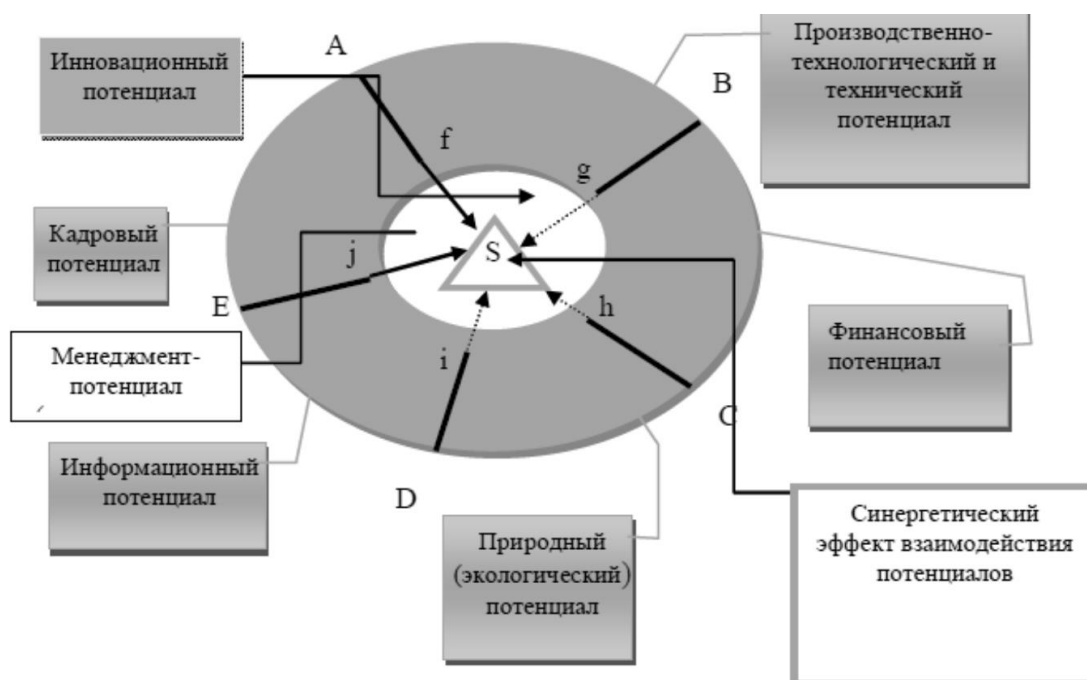


Рис.3 Структурно-логическая схема ресурсного потенциала предприятия

Ресурсный потенциал - это совокупная система ресурсов, используемых комплексно; это взаимозаменяемость ресурсов, используемых в общественном производстве; в состав входят ресурсы, предназначенные к потреблению в рассматриваемом периоде и будущем, их страховые и другие запасы; это степень готовности ресурсов, то есть ресурсы, которые можно получить с учетом достигнутого уровня технологического развития общества и экономической целесообразности вовлечения в общественное производство; и ресурсный потенциал включаются альтернативные ресурсы и их источники, т. е. новые возможности или виды ресурсов [7, с.142].

Современные развития рынка и условия бизнес-среды способствуют изменению акцентов внимания с нынешнего состояния функционирования предприятия на проекционное будущее. Учитывая это, а также принимая во внимание необходимость рассмотрения деятельности через призму бизнес-процессов, процесс управления потенциалом следует рассматривать с позиций процессно-системного подхода, применение которого позволит обеспечить качественное управление потенциалом, будет способствовать эффективному использованию всех его компонентов.

Таким образом, анализ ресурсного потенциала предприятия включает исследование каждой его составляющей части, что позволяет: установить положительные и отрицательные тенденции в деятельности; принять грамотные управленческие решения по эффективному использованию ресурсов; использовать возможности для повышения результатов функционирования; создание комплексной и эффективной системы ресурсного обеспечения производства и всего предприятия.

Заключение. Проведенный анализ существующих трактовок термина «потенциал» позволяет сделать вывод, что в современных условиях хозяйствования потенциал торгового предприятия должна рассматриваться с позиций интегрированного подхода, который объединяет три общепринятые в экономической литературе подходы. Согласно этому подходу сущность потенциала должна раскрываться как совокупность качеств системы взаимосвязанных ресурсов, способностей, компетенций и возможностей, мобилизация и сбалансированная комбинация которых обеспечивает динамичное развитие предприятия на внутреннем и внешнем рынках, способствует достижению стратегических целей, и формирует определенные конкурентные преимущества с учетом влияния внешней среды.

Предложенное определение подчеркивает, что потенциал, прежде всего, это возможность предприятия достигать определенных целей, ресурсы при задействовании с компетенциями и способностями считаются основой для реализации этой возможности.

Литература

1. Бакунов О.О. Стратегічне управління потенціалом торговельних підприємств : монографія / О.О. Бакунов, М.О. Яременко; Міністерство освіти і науки України, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. – Донецьк: ДонНУЕТ, – 180с.
2. Батова В.Н., Ильясова А. В. Управление ресурсным потенциалом как элемент управления экономической безопасностью предприятия / В. Н. Батова, А. В. Ильясова// Микроэкономика. – 2013. – № 3. – с. 61-64
3. Ивлиева Н.Н. Оценка стоимости интеллектуального капитала предприятия: монография / Н.Н. Ивлиева// М.: Мар кет ДС. – 2008. – с. 15
4. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / под ред. М.А. Вахрушиной. – М.: Вузовский учебник, 2008. – С. 17.
5. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства : формування та оцінка / Н. С. Краснокутська. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
6. Лапин Е.В. Оценка экономического потенциала предприятия: [монография] / Е. В. Лапин. – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2004. – 360 с.
7. Огорокова Л. Г. Ресурсный потенциал предприятий / Л. Г. Огорокова. – СПб.: С - ПбГТУ, 2001. – 293 с.
8. Садеков А.А. Ресурсный потенциал предприятия: [Монография] / А.А. Садеков - Донецк: ООО «Китис», 1998. - 116 с.
9. Смирнов Є.М. Методика оцінки конкурентоспроможності торговельного підприємства / Є.М. Смирнов // Торгівля і ринок України: Темат. зб. наук. пр. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. - Вип. 28, т. 3. – С. 72-81.
10. Управление развитием предприятия: актуальные концепты и механизмы изменений [Текст]: монография / под общ. ред. А. А. Бакунова; Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского: – Краматорск : ООО «Каштан», 2015 – 332 с.
11. Юрин С.В. Ресурсное обеспечение национальной инновационной системы // Креативная экономика. – 2010, № 7 (43). – С. 28–33.
12. Яременко М.О. Управління потенціалом торговельних підприємств / Марина Олександрівна Яременко Дис...канд. екон. наук спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Донецьк: Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2013. – 143 с.

СТРАТЕГИЯ И МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ РИСКОВ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СМК НА ОСНОВЕ ISO 9001:2015 В ОГБУЗ «ДЕТСКАЯ ОБЛАСТНАЯ КЛИНИЧЕСКАЯ БОЛЬНИЦА» Г. БЕЛГОРОДА

Богодухова И.А.,

начальник отдела кадров

ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница»

г. Белгорода

Нежельченко Д.И.,

магистр 1 года обучения

направление 38.04.02 Менеджмент

ФГБОУ ВО «БелГАСУ им. В.Я. Горина»

Аннотация. Целью проведенного исследования является разработка рекомендаций по оптимизации системы управления персоналом в организации ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница» с использованием СМК на основе ISO 9001 : 2015.

Ключевые слова: персонал, современное состояние системы управления персоналом, анализ формирования и использования человеческих ресурсов в учреждении, система менеджмента качества

Введение. На современном этапе жизни в деятельности и развитии любой организации особую и очень важную роль играет ее персонал [2, 3]. Для управления персоналом организации характерно его рассмотрение как одного из важнейших ресурсов организации, необходимого для достижения всех ее целей, в том числе стратегических. Сотрудники - важнейшее звено, которое надо сохранять, развивать и использовать для успеха в развитии гражданского общества [4,5,6]. Поэтому к персоналу необходим интегрированный подход с точки зрения всей организации как системы [1].

Методы и организация исследования. Областное государственное бюджетное учреждение здравоохранения "Детская областная клиническая больница" г. Белгорода - крупный медицинский центр, оказывающий специализированную и высокотехнологичную помощь детям Белгородской области.

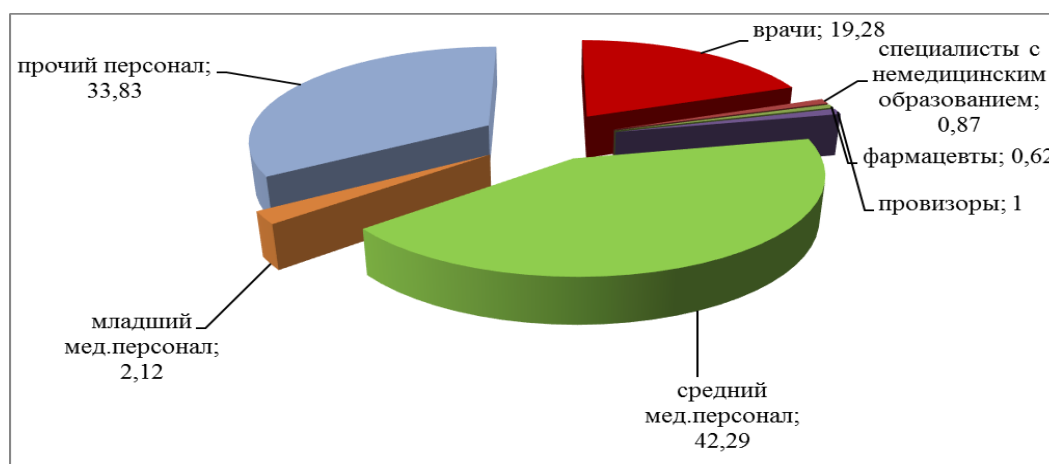


Рисунок 1. Структура среднегодовой численности работников за 2017 год

Наибольший удельный вес в численности работников в 2017 г. занимает средний медицинский персонал – 42,29 % и прочий персонал – 33,83%. С каждым годом учреждению все больше требуется квалифицированных врачей, так как увеличиваются структурные подразделения. Однако, в структуре их доля в отчетном году составила 19,28%.

Укомплектованность учреждения врачами составляет менее 60%. Однако следует отметить положительную динамику: этот показатель имеет тенденцию к росту. Руководству необходимо предпринять ряд мер по привлечению квалифицированных специалистов.

Таблица 1

Укомплектованность ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница» персоналом

Категории работников	2015г.	2016г.	2017г.	Откл.2017 от 2015г. (+,-)
	чел.	чел.	чел.	
Врачи, чел. число должностей в целом по организации	265	265	267	+2
число физических лиц основных работников на занятых должностях	145	149	155	10
<i>Укомплектованность врачами, %</i>	<i>54,71</i>	<i>56,23</i>	<i>58,05</i>	<i>3,34</i>
<i>Коэффициент совместительства</i>	<i>1,83</i>	<i>1,78</i>	<i>1,72</i>	<i>-0,11</i>
Средний медицинский персонал, чел. число должностей в целом по организации	454	454	456	+2
число физических лиц основных работников на занятых должностях	358	341	340	-18
<i>Укомплектованность средним медицинским персоналом, %</i>	<i>78,86</i>	<i>75,11</i>	<i>74,56</i>	<i>-4,3</i>
<i>Коэффициент совместительства</i>	<i>1,27</i>	<i>1,33</i>	<i>1,34</i>	<i>0,07</i>

Остро стоит проблема в учреждении и с возрастным составом врачей, так как 34,2% или 53 врача это молодые специалисты и 21,3% или 33 врача из 155-ти старше 61 года. К тому же укомплектованность ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница» врачами в отчетном периоде составляет менее 60%. Средний возраст среднего медицинского персонала 35-50 лет.

В ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница» из 155 врачей в 2017 году имеют квалификационные категории 95 специалистов, что составляет 61,29 %. В том числе: высшую 68 человек или 43,87%; первую – 17 человек или 10,97%; вторую – 10 специалистов или 6,45% от общего числа работающих врачей. В 2016 году врачи, имеющие квалификационные категории, составляли 61,75 %, в 2015 году – 58,62% от общего числа работающих.

На Областной Доске Почёта традиционно представлены труженики, показавшие выдающиеся результаты в своей работе. И среди них наша коллега - заведующая педиатрическим отделением, врач высшей квалификационной категории, Заслуженный врач РФ Петрова Лидия Михайловна.

Способность и готовность сотрудников ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница» учиться быстрее конкурентов является надежным фактором, обеспечивающим эффективное функционирование предприятия на рынке труда, товаров и услуг.

В силу специфики деятельности ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница» острой необходимостью является оптимизация решения организационно-управленческих и административных вопросов. Реализация этой группы управленческих функций в процессе проведения профессиональной подготовки персонала способствует более эффективному управлению многими процессами функционирования предприятия.

Таблица 2

Анализ возрастного состава медицинских работников учреждения

Медицинские и фармацевтические кадры		всего работающих	Число полных лет по состоянию на 01.01.2018г.					
			до 36 лет	36-45	46-50	51-55	56-60	61 и более
Врачи	чел.	155	53	33	15	10	11	33
	%	100	34,2	21,3	9,7	6,5	7,1	21,3
Провизоры	чел.	8	3	2	1	-	2	-
	%	100	37,5	25,0	12,5	-	25,0	-
Специалисты высшим немедицинским образованием	чел.	7	4	2	-	-	-	1
	%	100	57,1	28,6	-	-	-	14,3
Средний медицинский персонал	чел.	340	93	78	53	32	53	31
	%	100	27,4	22,9	15,6	9,4	15,6	9,1

Таблица 3

Наличие квалификационных категорий у медицинских работников ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница», 2017 год

Категории работников		Всего работающих	Из них имеющих квалификационные категории			
			всего	в том числе		
				высшая	первая	вторая
Врачи	чел.	155	95	68	17	10
	%	100	61,29	43,87	10,97	6,45
Провизоры	чел.	8	-	-	-	-
	%	100	-	-	-	-
Средние медицинские работники	чел.	340	279	163	74	42
	%	100	82,06	47,94	21,77	12,35
Специалисты высшим немедицинским образованием	чел.	7	-	-	-	-
	%	100	-	-	-	-
Всего	чел.	804	374	231	91	52
	%	100	46,52	28,73	11,32	6,47

Результаты и их обсуждение. Современная ситуация в системе здравоохранения обуславливает поиск возможностей оперативного оценивания качества и количества труда сотрудников с последующим определением размера оплаты их труда и направлений работы по повышению профессиональной квалификации.

Система менеджмента качества, соответствующая требованиям международных стандартов является мощным средством повышения эффективности управления персоналом медицинской организации, обеспечивающая достижение поставленных целей при минимизации затрат и сохранении качества оказываемой медицинской помощи населению.

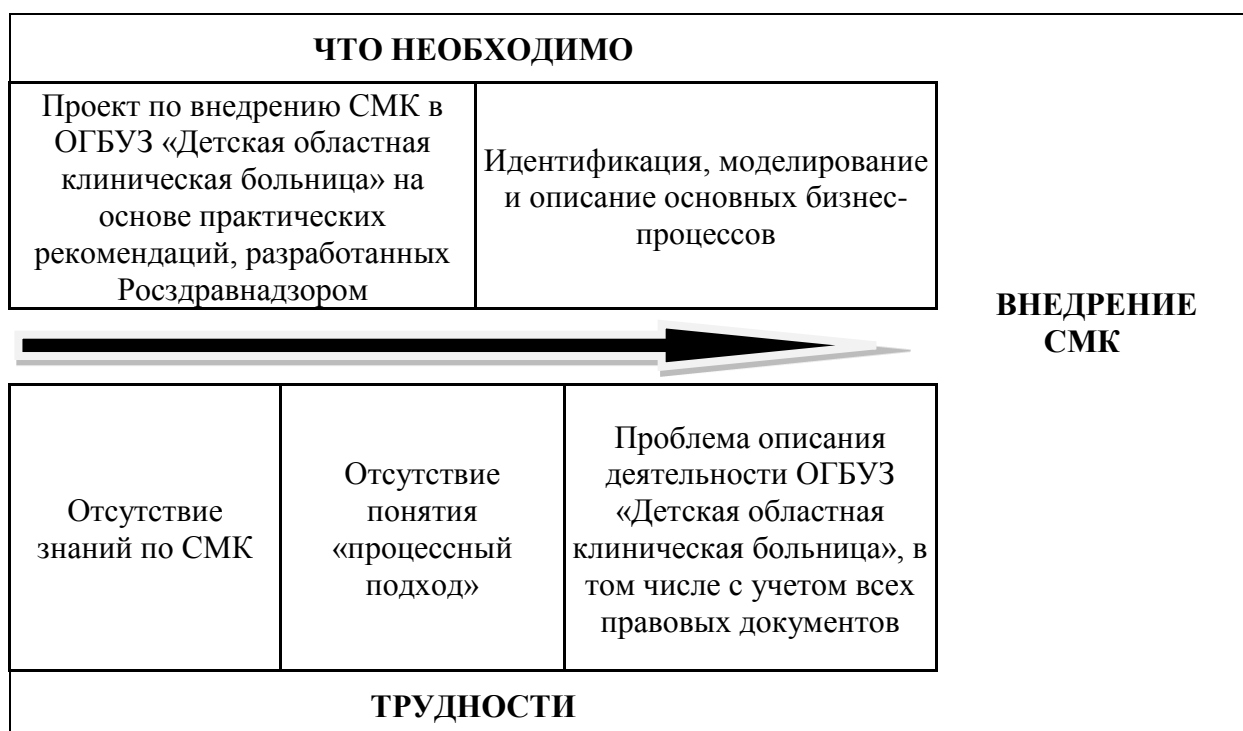


Рисунок 2. Диаграмма причины-следствия при внедрении СМК в ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница»

Диаграмма, представленная на рисунке 2, позволяет полно определить трудности при внедрении СМК в ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница»; визуально оценивать соотношения причинно-следственных связей; при необходимости даёт возможность обсуждения проблемы внедрения СМК в рамках групповой (командной) работы при «мозговой атаке».

Процесс внедрения системы менеджмента качества в ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница» представляет собой комплекс работ, который затрагивает различные аспекты деятельности предприятия: систему стратегического управления, систему оказания медицинских услуг, систему многоуровневой логистики (доставка медикаментов, товаров медицинского назначения, оборудования), управление персоналом, внутренние коммуникации, документооборот и др. В связи с этим внедрение системы менеджмента качества является достаточно трудной, длительной и трудоемкой задачей. Ее решение, как правило, осуществляется поэтапно.

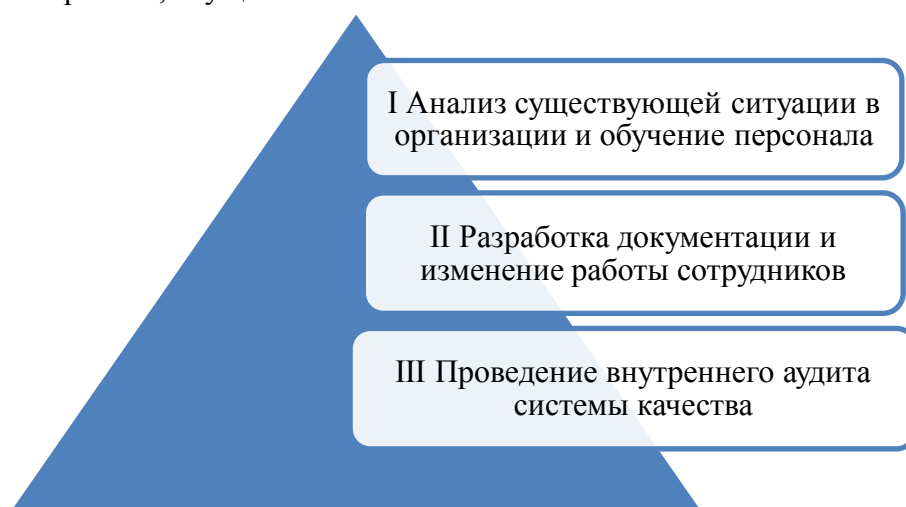


Рисунок 3. Этапы внедрения системы менеджмента качества в ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница»

Наиболее сложным и трудоемким этапом является второй этап - разработка и внедрение документации по СМК. А вот наиболее критически важным для всего проекта внедрения СМК является первый – это анализ существующей ситуации в организации и обучение персонала.

В ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница» целесообразно начать внедрение системы менеджмента качества с разработки порядков оказания медицинской помощи больным с острым нарушением мозгового кровообращения, острым коронарным синдромом и пациентам с сочетанной травмой (инсульт, инфаркт и травма). Это как раз те случаи, когда часто возникала наибольшая путаница и неразбериха - тратится много времени на выяснение, кто из сотрудников что должен делать в первую очередь, вместо того, чтобы быстро и четко выполнить необходимые процедуры.

Для внедрения базовых принципов системы менеджмента качества в ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница» понадобится примерно около полутора лет. Когда основная работа закончится, будут выявлены основные проблемные направления в деятельности ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница», по мере необходимости необходимо будет внедрять новые стандарты и инструкции. Здесь важно помнить, что создаются они исключительно для формирования эффективной системы управления персоналом учреждения. Пожалуй, самая тонкая работа - вовлечение в процесс сотрудников учреждения, чтобы они искренне прониклись идеей улучшения рабочих процессов.

В результате внедрения СМК в ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница» различаются три вида эффективности: медицинская, социальная, экономическая. Так как медицинские учреждения являются объектами здравоохранения, приоритетные являются медицинские и социальные.

Если говорить об ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница», то медицинской эффективностью является совокупность особенных характеристик и данных: излеченные больные и их удельный вес, снижение случаев усугубления болезней и переход их в хроническую форму, падение уровня заболеваемости и смертности.

Медицинская эффективность является качественной или количественной характеристикой степени выполнения установленных задач в областях госпитализации, лечения, оперирования, диагностики и реабилитации пациентов. Выделяется два уровня медицинской эффективности. На первом уровне: пациенты, ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница».

Медицинская эффективность для пациентов: улучшение состояния здоровья, выздоровление, восстановление функционирования отдельных органов и систем и др. Медицинская эффективность для ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница»: динамика заболеваемости, демографических показателей и других показателей здоровья населения.

Социальная эффективность внедрения СМК в ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница» – уровень достижения социального результата. Для конкретного пациента - это «становление на ноги», возвращение к активной жизни в обществе, получение удовлетворенности от медицинской помощи. Для ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница» - это снижение уровня показателей смертности и инвалидности, удовлетворенность общества в целом системой оказания медицинской помощи. Выделяется два уровня социальной эффективности. На первом уровне: пациенты, ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница».

Социальная эффективность для пациентов - это уровень социальной и трудовой реабилитации пациента.

Социальная эффективность для ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница» - это динамика удовлетворенности качеством медицинской помощи, снижение уровней смертности и инвалидизации, увеличение количества лет жизни без утраты трудоспособности и др.

Экономическую эффективность в здравоохранении можно рассматривать в двух направлениях: эффективность использования различных видов ресурсов и с точки зрения влияния здравоохранения на развитие общественного производства в целом.

Однако экономическая эффективность в здравоохранении не может являться определяющей при выборе тех или иных средств и методов внедрения методов оптимизации. Но критерии экономической эффективности - наряду с медицинской и социальной эффективностью - могут помочь в установлении очередности проведения тех или иных мероприятий в условиях ограниченных ресурсов.

Заключение. Результаты внедрения системы менеджмента качества в ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница» следующие:

- На 20-60 минут сократится время проведения диагностических процедур в условиях приемного покоя и отделений стационара;
- врачи смогут уделять пациентам больше времени;
- повысится уровень удовлетворенности пациентов оказанной медицинской помощью;
- на 15-20% снизятся оперативные запасы лекарственных препаратов в отделениях, что будет способствовать более эффективному использованию имеющихся финансовых средств;
- уменьшится количество неблагоприятных событий при оказании медицинской помощи.

Таким образом, внедрение системы менеджмента качества в ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница» упорядочивает работу на всех ее уровнях и принесет вполне осязаемые результаты. Это повышение уровня удовлетворенности пациентов и, что немаловажно, удовлетворенности сотрудников от своей работы, это снижение количества инцидентов, связанных с оказанием медицинской помощи и пребыванием больных, снижение количества ошибок и осложнений в процессе лечения.

Литература

1. Аничин В.Л. Оценка дифференциации регионов по стоимости человеческого капитала / В.Л. Аничин, Ю.Ю. Ващейкина // В книге: Органическое сельское хозяйство: проблемы и перспективы. Материалы XXII международной научно-производственной конференции, 2018. С. 16-17.

2. Ващейкина Ю.Ю. Источники привлечения персонала в организацию // Новая наука: От идеи к результату. 2017. Т. 1. № 2. С. 88-90.

3. Метелева М.Г. Внедрение новых методических подходов для оценки персонала / М.Г. Метелева, Д.Ю. Чугай // В книге: Органическое сельское хозяйство: проблемы и перспективы Материалы XXII международной научно-производственной конференции. 2018. С. 20-22.

4. Нежелъченко Е.В. Эффективность персонала как один из критериев оценки технико-экономических показателей сельскохозяйственных организаций Белгородской области / Е.В. Нежелъченко, Н.Ю. Яковенко // Экономика и предпринимательство. – 2017. – №5-1 (82-1). – С. 483-491.

5. Худобина Г.И. Управление формированием и развитием кадрового потенциала в АПК Белгородской области. // Материалы V международной научно-практической конференции.- Отв. редактор Уварина Н.В. – Прага, Чешская Республика: Изд-во WORLDPRESSsr.o., 2014. – С. 120-123

6. Яковенко Н.Ю. Кадровый контроллинг в системе управления персоналом / Н.Ю. Яковенко, Е.В. Нежелъченко // Zbiórartykułównaukowych. Konferencji Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej «Economy.Państwo i Prawo. NaukoweWyszukaj» (30.10.2015 - 31.10.2015) - Warszawa: Wydawca: Sp. zo.o. «Diamondtradingtour», 2015. – С. 12-15.

ВЫСШЕЕ АГРАРНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Е.В. Бураева,

кандидат экономических наук,

декан экономического факультета,

доцент кафедры бухгалтерского учета и статистики

Экономического факультета ФГБОУ ВО

«Орловский государственный аграрный университет им. Н.В. Парахина»

Аннотация. В статье представлен анализ и оценка существующих проблем в области кадрового обеспечения агропромышленного комплекса и высшего аграрного образования, рассматриваются основные направления его модернизации и развития.

Ключевые слова: высшее аграрное образование, кадровый потенциал, система образования, сельское хозяйство, агропромышленный комплекс, профессиональное образование

Введение. В российском агропромышленном комплексе существует безусловный дефицит кадров, причем как в количественном, так и в квалификационном разрезе [1, с. 101]. Причины дефицита кадров в АПК довольно разноплановые: историческое отсутствие системы прогнозирования потребности в кадрах, различия в формах собственности хозяйствующих субъектов, масштабный и все прогрессирующий отток людских ресурсов в города, сезонность сельскохозяйственного труда, кризис системы профессионального образования [3, с.665].

Методы и организация исследования. Анализ действующей государственной кадровой политики в области АПК позволил выделить проблемные зоны в этом вопросе: во-первых, не соответствие уровня профессиональной подготовки кадров реальным запросам со стороны агробизнеса, а также проблема «старения» кадров, и нежелание выпускников аграрных вузов работать в сельском хозяйстве; во-вторых, высокая мобильность руководящего состава и специалистов, работающих на селе. Во многом это определяется экономической нестабильностью в аграрном секторе. В-третьих, речь идет о несовершенстве существующих методов оценки образовательных потребностей в АПК и как следствие, отсутствие организационной поддержки для развития профессионального обучения персонала на предприятиях АПК, несовершенство программ профессиональной подготовки и повышения квалификации.

В качестве особой проблемы, связанной с кадровой обеспеченностью следует назвать более низкий уровень заработной платы на селе по сравнению с оплатой труда на городских предприятиях и нехватку финансовых ресурсов у предприятий аграрного бизнеса для организации подготовки и повышения квалификации кадров на необходимом уровне. В целом, выпускники около 50% всех аграрных вузов имеют заработную плату после окончания университета более 20 тысяч рублей [4, с. 60]. Все вышесказанное показывает, что ситуация с обеспеченностью кадрами в сельском хозяйстве, как и в целом, и во многих отраслях АПК, требует серьезных тактических и стратегических решений, и характерна для многих аграрных регионов нашей страны.

Результаты и их обсуждение. Решение этих вопросов невозможно без пересмотра политики в области аграрного образования. В настоящее время структура аграрного образования ориентирована на трех базовых направлениях подготовки специалистов. Первое направление – этот уровень высшей школы – высшего образования. Второй уровень осуществляет подготовку по программам среднего профессионального образования. Третий уровень связан с учреждениями дополнительного профессионального образования. Система высшего аграрного образования включает в себя 54 вуза: 31 аграрный университет, 22 сельскохозяйственные академии и 1 сельскохозяйственный институт. Аграрные образовательные организации расположены в 58 субъектах Российской Федерации [5]. В

29 вузах, подведомственных Министерству науки и высшего образования Российской Федерации (Минобрнауки России), имеются сельскохозяйственные факультеты, где осуществляется подготовка кадров по специальностям и направлениям аграрного профиля. Система сельскохозяйственного образования на уровне специального профессионального образования (СПО) состоит из 253 техникумов и колледжей, которые находятся в ведении 73 субъектов Российской Федерации. Система дополнительного профессионального образования (ДПО) – это 22 учреждения дополнительного профессионального образования (3 академии, 16 институтов, 1 школа и 2 центра). В них осуществляется программы по профессиональной переподготовке (34 программы) и программы повышения квалификации. Последние, как правило, разрабатываются образовательными учреждениями по большей части самостоятельно в соответствии с потребностями заказчиков и отраслевой спецификой и перспективами развития конкретных регионов. Подготовка кадров с высшим профессиональным образованием осуществлялась и осуществляется по 122 специальностям и 70 направлениям бакалавриата и магистратуры. Подготовку кадров со средним профессиональным образованием осуществляют 26 высших учебных заведений по 51 специальности. По программам высшего профессионального образования обучаются 429,2 тыс. студентов (в т.ч. 197,8 тыс. очно), а также 9,5 тыс. аспирантов и докторантов; по программам среднего профессионального образования – 25,6 тыс. чел.[8]. Образовательные программы реализуются как в рамках традиционных для сельского хозяйства направлений, так и по современным специальностям и фгосам: зоотехния, механизация, агрономия, экономика предприятия, IT-технологии, маркетинговая, рекламная деятельности и др. При этом около 87% от общего количества студентов аграрных вузов обучается исключительно по направлениям сельскохозяйственного профиля. К примеру, национальный рейтинг вузов РФ, показывает, что среди выпускников, лидируют сельскохозяйственные вузы страны – более 70% выпускников [6]. По данным мониторинга эффективности аграрных вузов, проводимого Министерством сельского хозяйства РФ в 2017 г. первое место занял Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова. Вуз показал высокую эффективность как по образовательной, воспитательной, так и научной деятельности. Среди показателей отмечались также: численность обучающихся (приведенный контингент), чел., средний балл ЕГЭ, число аккредитованных специальностей, профильность, трудоустройство, %, удельный вес доходов от НИОКР в общих доходах и др. 2 место принадлежит Государственному университету по землеустройству, 3 место - Кубанский ГАУ.

Будучи особой формой профессионального образования, аграрное образование носит в первую очередь практикоориентированный характер, оно не только максимально приближено к реалиям сельскохозяйственного производства, но и позволяет более организованно, с позиций прикладной направленности развивать профессиональные компетенции, как за счет регулирования процесса производственной практики, к примеру, проводимой на базе предприятий агропромышленного комплекса, либо в вузе при поддержке предприятий, так и на основе привлечение представителей аграрного бизнеса к процессу обучения, использование обучающих тренажеров, симуляторов, техники и др. форм обучения.

В последнее время, практически все аграрные вузы ощутили на себе целый ряд изменений, повлекших за собой целый комплекс структурных проблем:

- недостаточное обновление материально-технической базы; вузам нужны современные ресурсы и технические средства для использования новых наукоемких технологий обучения с упором на практикоориентированный подход;

- недостаточные связи образовательных учреждений с работодателями. В этой связи необходимо активизировать работу профессиональных ассоциаций и союзов, усилить их влияние на развитие образовательной системы, содержание образовательных программ;

– отсутствие мотивационной среды для привлечения в систему молодых высококвалифицированных ученых, преподавателей. Невысоким остаётся уровень жизни работников образовательных учреждений, при этом, оплата труда в системе аграрного образования ниже, чем в других учебных заведениях. Отток педагогических кадров замедляет начавшуюся модернизацию системы;

– возможности (прежде всего, материальные и финансовые) аграрных вузов слабо отвечают тем требованиям, которые предъявляются к профессиональным компетенциям выпускников современные представители сельскохозяйственного сектора экономики, мировые тенденции развития аграрной сферы;

– большой разброс по объему подготовки кадров для аграрного сектора экономики по уровню образования и регионам России, что зачастую определяется в настоящее время не региональным спросом, а объективными возможностями вузов;

– выпускники сельских школ не могут в принципе иметь равных возможностей образования в сравнении с городским населением, что затрудняет их конкурентные возможности по результатам ЕГЭ, а те, кто приходит в вуз из города, как правило не стремятся работать на селе;

– учебные планы перегружены большим количеством дисциплин, что снижает возможности мобильности студентов и ведет к снижению качества подготовки специалистов. Образовательные программы вузов, как правило, не адаптированы к требованиям работодателей;

– неоправданно снижены контрольные цифры приема на обучение за счет средств федерального бюджета по направлениям экономического профиля. Так, по укрупненной группе специальностей и направлений «Экономика и управление» контрольные цифры в 2016 году снизились в 13 раз по сравнению с уровнем 2007 года (с 10,8 тыс. чел. до 823 чел.). А ведь эта группа специальностей не только имеет определенную аграрную специфику [7, с. 32]. Зреет кадровая проблема, поскольку трудно ожидать, что выпускники из крупных городов поедут на село;

– нет мотивации у бизнеса участвовать в самофинансировании по переподготовке кадров, хотя это самые эффективные инвестиции;

– недостаточен объем практического обучения студентов на инновационных предприятиях, в связи с чем выпускники вузов не готовы внедрять передовые технологии в сельскохозяйственное производство. Они ими практически не владеют, что несет неудовлетворение работодателей.

Требования работодателя к выпускнику вуза разнообразны в зависимости от направления отрасли и организационно-правовой формы предприятия. Но любой работодатель обращает внимание на следующие факторы: знания, профессиональные и личные качества, здоровье, рекомендации, дополнительные профессиональные навыки – две трети вакансий предъявляют к знаниям работника дополнительные требования (например, компьютерные программы, специальные программы, иностранные языки пр.) [2, с. 25-27]. Остальные знания работодатель готов дать сам при наличии у работника потенциала.

Интересные результаты были получены в рамках работы по международному проекту «Разработка системы профессионально-общественной аккредитации образовательных программ сельскохозяйственного профиля в Российской Федерации» (РАСАgro) европейской программы TEMPUS проводилось анкетирование 95 работодателей выпускников сельскохозяйственных университетов из 10 регионов России и одного из Беларуси различных направлений деятельности.

При оценке теоретических знаний выпускников аграрных ВУЗов было дано 404 ответа. Чаще всего оценивались квалификации инженера-механика – 13,9%, учёного агронома (агрономия) – 13,6%, зооинженера – 12,1% и ветеринарного врача – 11,9%.

При уточнении, какие именно знания и навыки отсутствуют, по ниже указанным квалификациям респонденты отметили:

– агрономия, учёный агроном: отсутствие опыта в принципе и на передовых предприятиях, отсутствие иностранного языка. Ухудшился кадровый состав и финансирование учебного процесса, материально-техническая база института не соответствует сегодняшним требованиям производства сельскохозяйственной продукции;

– зооинженер и ветеринарный врач: Специалисты приходят не подготовленными к работе с крупными животными, отсутствие иностранного языка Теоретические знания на низком уровне;

– агроинженерия, инженер-механик: нехватка знаний производственной эксплуатации и оборудовании в АПК - практиканты порой не в состоянии разбирать и собирать подвижной состав. Отсутствие иностранного языка;

– экономика и менеджмент: экономист, бухгалтер: теоретические знания на низком уровне, недостаточно обмена опытом с другими сельскохозяйственными предприятиями. Практических навыков в сельском хозяйстве почти нет.

Среди достижений отмечено следующее:

– в 87% ответов респонденты отметили, что специалисты, занятые на производстве, знакомы с прогрессивными технологиями и передовым опытом в своей области знаний;

– согласно мнению респондентов, максимально ознакомлены маркетолог, юрист, менеджер, инженер по землеустройству. Наименее ознакомлены сотрудники со специальностью «учёный агроном по защите растений»;

– в 87% случаев специалисты обладают достаточными общими и профессиональными компетенциями для самостоятельного решения задач, руководства подразделениями, работы на результат;

– полностью готовы к работе – инженер по охране труда, маркетолог, бухгалтер, экономист, юрист.

Наименее, по мнению респондентов, готовы сотрудники со специальностью «учёный агроном» (агрономия), «учёный агроном-эколог» и «учёный агроном по защите растений». 81% работодателей хотели бы заранее познакомиться со студентами, чтобы узнать уровень их профессиональных теоретических знаний и практических навыков, познакомиться с ними как с личностью, усовершенствовать их навыки в принципе и применительно к данному производству (если выпускник придет туда работать). 57% опрошенных считают, что уровень теоретической и практической подготовки выпускников за последние 5-10 лет улучшился, 27% – не изменился и 15,4% – ухудшился.

Респонденты считают, что уровень образования ухудшился у теплоэнергетиков (66,7%), учёных-агрономов по плодоовощеводству и виноградарству (50%), учёных агрономов по защите растений (26,7%), инженеров-электриков (25%).

Заключение. На наш взгляд, можно выделить следующие основные направления решения обозначенных проблем:

– Формирование системы многоуровневого непрерывного профессионального образования на основе процесса интеграции всего цикла обучения путем объединения всех образовательных потоков, которые присущи аграрному образованию, в единое образовательное пространство с учетом повышенных требований развития агропромышленного комплекса;

– Усиление роли научных исследований в образовательном процессе и их практической направленности;

– Формирование механизмов оценки качества и востребованности образовательных услуг с участием всех заинтересованных сторон: учебных заведений, работодателей и представителей региональных органов управления АПК;

– Организационное и сетевое объединение аграрных образовательных учреждений начального, среднего, высшего и дополнительного профессионального образования для концентрации учебно-научно-производственного потенциала;

– Обновление материально-технической базы учебных заведений, образовательных программ и технологий в соответствии с требованиями инновационного развития АПК.

– Развитие отраслевых образовательных кластеров (есть положительный опыт в Татарстане и Ставропольском крае) в целях интеграции бизнеса с наукой, со специалистами отрасли. Развитию образовательного кластера будет способствовать Совет по профессиональным квалификациям, в задачи которого входит определение потребностей отраслевого рынка в специалистах разного профиля, формирование требований к работникам и другое.

Литература

1. Бураева, Е.В. Аграрное образование: место и роль в кадровом обеспечении АПК / Е.В. Бураева // *Вестник аграрной науки*. 2017. № 6 (69). С. 101-107.

2. Голохвастов, А.М. Результаты анкетирования работодателей выпускников сельскохозяйственных университетов / А.М. Голохвастов, А.В. Добринов, А.Н. Перекопский // Разработка системы профессионально-общественной аккредитации образовательных программ сельскохозяйственного профиля в Российской Федерации. «Development of Public Accreditation of Agricultural programs in Russia (PACAgrо)» (543902-TEMPUS-1-2013-1-SK-TEMPUS-SMGR): Сборник науч. трудов. – СПб.: ФГБОУ ВО СПбГАУ, 2015 – 205 с.

3. Обьедкова, Л.В. Необходимость обучения персонала предприятий аграрного сектора: проблемы и перспективы // Л.В. Обьедкова, Т.В. Опейкина, М.В. Утученкова // *Экономика и предпринимательство*- 2017. - №1 (78)- с.664-668.

4. Опейкина, Т.В. Перспективы развития системы обучения квалифицированных кадров для аграрного сектора (на примере Волгоградской области)// Т.В. Опейкина, Л.В. Обьедкова // *Научно-агрономический журнал* – 2017.- №2.- С.59-63.

5. Официальный интернет-портал федеральной служба государственной статистики. - Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 23.09.2018)

6. Первое место в рейтинге аграрных вузов России// Официальный сайт Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова- Режим доступа :<http://www.sgau.ru>

7. Смирнов А.В. Образовательные кластеры и инновационное обучение в вузе.- Монография//А.В. Смирнов-Казань:РИЦ «Школа», 2010- 102с.

8. Стратегия развития аграрного образования в России до 2030г. Проект. [Электронный ресурс]. Режим доступа:

https://molochnoe.ru/old/assets/files/dokumenty/proect_strat_fgr_obr_2030.pdf

ИЗУЧЕНИЕ БАЛАНСА ВАКАНСИЙ/РЕЗЮМЕ НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА И РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Е.В. Валенцева,

*кандидат технических наук, доцент,
доцент кафедры экономики, учета и анализа, «РГУПС»*

Т.С. Черкасова,

*кандидат технических наук, доцент,
доцент кафедры высшей математики, «РГУПС»*

Аннотация. В работе предлагается новый статистический прием оценки балансового состояния на региональном рынке труда Южного Федерального Округа и Республики Крым после воссоединения его с Россией по признаку вакансии/резюме на основе квартильных интервалов.

На основе разработанного подхода изучено состояние проблем востребованности специалистов различного профиля как по ЮФО в целом, так и по Республике Крым.

На основе полученных результатов показана возможность формирования стратегических выводов для такой заинтересованной стороны, как образовательные учреждения, функционирующие на рынке труда.

Ключевые слова: рынок труда, баланс вакансий/резюме, квартильные интервалы.

Введение. Актуальность темы исследования объясняется тем, что изучение баланса спроса и предложения на региональном рынке труда Республики Крым после воссоединения Крыма с Россией, позволит разработать концепцию развития кадрового потенциала республики, согласованную с концепцией развития ЮФО. Одним из наиболее эффективных способов изучения ситуации баланса вакансий/резюме рынка труда на региональном рынке труда является использование статистических методов, ориентированных на изучение массовых явлений, что дает возможность анализировать существующую ситуацию на рынке труда региона и делать выводы для всех заинтересованных сторон в развитии кадрового потенциала, а также выработке стратегий социально-экономического развития территории.

Методы и организация исследования. При разработке подхода изучения баланса вакансий/резюме использовались методы дескриптивной статистики, методы корреляционно-регрессионного анализа ранговых величин.

Результаты и их обсуждения. Нашей задачей является изучение рынка труда, как социально-экономической системы, на основе анализа данных сайтов поиска работы по спросу (вакансиям) и предложению рабочей силы (резюме).

В качестве информационной базы исследования, были изучены тенденции рынка труда в Южном Федеральном Округе (ЮФО), проведено сравнение текущих данных по ЮФО с соответствующими данными по его субъекту Республики Крым по данным вакансии/резюме сайта Avito.ru (Работа) на 28.08.2018 г.

Проводимое исследование регионального рынка труда (на основе данных вакансии/резюме) имеет целью:

- предложить инструмент первичной оценки согласованности потоков вакансии и резюме по ЮФО и Республики Крым на основе сравнения элементов квартильных интервалов;
- дать оценку баланса в сфере трудоустройства в ЮФО и Республики Крым;
- оценить согласованность потоков вакансии/резюме в целом по ЮФО и провести сравнение характеристик рынка труда с Республикой Крым;
- на основе проведенного анализа выработать рекомендации для заинтересованных сторон регионального рынка труда с целью развития для будущего кадрового потенциала.

Данные, которые использовались авторами, по существу не являются количественными, несмотря на числовое выражение. Они представляют собой оценки качественного характера, уровня востребованности работников в той или иной сфере деятельности (или уровня массовости предложения, если речь идет о резюме). Измерение и сравнение характеристик, определяемых такими терминами как востребованность, массовость возможно с помощью порядковой (или ранговой шкалы), а сами характеристики являются качественно ординальными.

Данные статистики рынка труда по ЮФО представлены в таблице 1.

Медианные значения, характеризующие структуру ряда позволяют сформулировать первичный вывод о преобладающем количестве резюме. Медианное значение для набора данных по резюме ЮФО составляет 2255, что более чем в 2,77 раза превышает медианное значение для данных по вакансиям 814. Смещение медианы в сторону данных по резюме соответствует установившемуся характеру экономической деятельности, работодатели имеют широкий выбор, используя уже имеющиеся рабочие места.

Значение такого показателя как медиана для ординальной переменной возрастает, если одновременно рассматривается разбиение ряда на квартили, для описания изменчивости каждого ряда в отдельности и диагностики согласованности компонент показателей вакансии/резюме.

Вакансии/резюме по ЮФО на 28.08.2018 г.

Сферы деятельности	Количество вакансий	Количество резюме
IT, интернет, телекоммуникации	549	2459
Автомобильный бизнес	3249	4901
Административная работа	993	5365
Банки, инвестиции	304	636
Без опыта работы, студенты	3807	15668
Бухгалтерия, финансы	814	4769
Высший менеджмент	44	483
Госслужба, НКО	67	422
Домашний персонал	799	3710
ЖКХ, эксплуатация	1100	1929
Искусство, развлечения	449	1758
Консультирование	178	882
Маркетинг, реклама, PR	448	1420
Медицина, фармацевтика	898	1755
Образование, наука	808	2255
Охрана, безопасность	1170	3094
Продажи	9563	11005
Производство, сырьё, сельское хозяйство	5447	6227
Страхование	75	112
Строительство	4868	15080
Транспорт, логистика	4311	8670
Туризм, рестораны	7293	6879
Управление персоналом	177	954
Фитнес, салоны красоты	1947	2220
Юриспруденция	163	1294

В таблице 2 показано квартильное разбиение на основе данных вакансии/резюме по ЮФО.

Традиционно анализ рыночного поведения в любой сфере деятельности состоит в формировании концепции равновесия и обычно, в качестве равновесного состояния подразумевается выполнение некоторого условия в форме равенства. При формировании условий равновесия обычно используются ценовые показатели (цена продукта, заработная плата и производные от них). Однако современное состояние рынка вакансии/резюме характеризуется высокой изменчивостью, обусловленной полным ценовым полем, и при изучении согласованности поведения каждого из компонент рыночного взаимодействия речь может идти, по нашему мнению, только о выявлении совпадения данных по вакансии/резюме относительно некоторого интервального наполнения. Рассматривается самое простое интервальное разбиение упорядоченных рядов вакансии/резюме, основанное на использовании квартилей. Даже такой простейший подход, основанный на сопоставлении наполнения каждого из квартилей, позволяет сделать ряд выводов, приводящих к обоснованию поведения третьих участников рыночных действий в данном экономическом сегменте. Речь может идти как о возможности государственного регулирования проблем занятости и трудоустройства, о профсоюзных действиях, и прежде всего, о регулировании образовательных услуг. Анализ тенденций и изменений рынка труда, использование выводов и результатов таких наблюдений позволит более оперативно решать проблемы подготовки кадров, сформировать экономически адаптированную систему высшего образования, что в свою очередь позволит вузу стать экономически эффективным и востребованным в реальном секторе экономики [1, С.41]. Таким образом, система высшего образования станет активным участником трудовых рыночных отношений в сфере проблемно-ориентированного предложения квалифицированных кадров

Таблица 2

Квартильное разбиение на основе данных вакансии/резюме по ЮФО

Сферы деятельности	Вакансии	Резюме	Квартиль по вакансии	Сферы деятельности	Вакансии	Резюме	Квартиль по резюме
1	2	3	4	5	6	7	8
Высший менеджмент	44	483	Первый квартиль	Страхование	75	112	Первый квартиль
Госслужба, НКО	67	422		Госслужба, НКО	67	422	
Страхование	75	112		Высший менеджмент	44	483	
Юриспруденция	163	1294		Банки, инвестиции	304	636	
Управление персоналом	177	954		Консультирование	178	882	
Консультирование	178	882		Управление персоналом	177	954	
Банки, инвестиции	304	636		Юриспруденция	163	1294	
Маркетинг, реклама, PR	448	1420	Второй квартиль	Маркетинг, реклама, PR	448	1420	Второй квартиль
Искусство, развлечения	449	1758		Медицина, фармацевтика	898	1755	
IT, интернет, телеком	549	2459		Искусство, развлечения	449	1758	
Домашний персонал	799	3710		ЖКХ, эксплуатация	1100	1929	
Образование, наука	808	2255		Фитнес, салоны красоты	1947	2220	
Бухгалтерия, финансы	814	4769		Образование, наука	808	2255	
Медицина, фармацевтика	898	1755	Третий квартиль	IT, интернет, телеком	549	2459	Третий квартиль
Административная работа	993	5365		Охрана, безопасность	1170	3094	
ЖКХ, эксплуатация	1100	1929		Домашний персонал	799	3710	
Охрана, безопасность	1170	3094		Бухгалтерия, финансы	814	4769	
Фитнес, салоны красоты	1947	2220		Автомобильный бизнес	3249	4901	
Автомобильный бизнес	3249	4901		Административная работа	993	5365	
Без опыта работы, студенты	3807	15668	Четвёртый квартиль	Производство, сырьё, сельское хозяйство	5447	6227	Четвёртый квартиль
Транспорт, логистика	4311	8670		Туризм, рестораны	7293	6879	

1	2	3	4	5	6	7	8
Строительство	4868	15080	Четвёртый квартиль	Транспорт, логистика	4311	8670	Четвёртый квартиль
Производство, сырьё, сельское хозяйство	5447	6227		Продажи	9563	11005	
Туризм, рестораны	7293	6879		Строительство	4868	15080	
Продажи	9563	11005		Без опыта работы, студенты	3807	15668	

Проведем анализа рынка труда по признаку вакансии/резюме на основе изучения квартильного наполнения. К равновесным состояниям для той или иной сферы профессиональной деятельности будем относить случаи попадания соответствующей позиции в один и тот же квартиль при группировке данных по вакансиям в порядке возрастания и аналогичной группировке данных по представленным резюме.

На основании таблицы 2 выделим рассогласования по наполнению квартилей вакансии/резюме для ЮФО (см. таблицу 3).

Таблица 3

Рассогласования по наполнению квартилей вакансии/резюме по ЮФО

Сфера деятельности	Квартиль по вакансиям	Квартиль по резюме
Медицина, фармацевтика	3	2
ЖКХ, эксплуатация	3	2
Фитнес, салоны красоты	3	2
IT, интернет, телеком	2	3
Домашний персонал	2	3
Бухгалтерия, финансы	2	3

В таблице 3 тоном выделены сферы деятельности, где устойчиво (в интервальном смысле) спрос на специалистов превышает предложение по ЮФО.

Квартильное разбиение на основе данных вакансии/резюме по Республике Крым представлено соответственно в таблице 4.

На основании таблицы 4 выделим рассогласования по наполнению квартилей вакансии/резюме для Республики Крым (см. таблицу 5).

В целом, в Республике Крым, наблюдается стабильное и согласованное состояние позиций вакансии/резюме (уровень расхождения по минимальному числу позиций: 2 - «Фитнес, салоны красоты» и «Производство, сырьё, сельское хозяйство»). В таких же терминах можно оценить ситуацию на рынке труда ЮФО в целом. Только три позиции в разделе профессиональная деятельность характеризуются кадровым дефицитом - «Медицина, фармацевтика», «ЖКХ, эксплуатация» и «Фитнес, салоны красоты».

Направление профессиональной деятельности «Медицина, фармацевтика» характеризуется высоким показателем востребованности по ЮФО. А в Республике Крым, рынок труда можно отнести к сбалансированному по признаку вакансии/резюме регионам относительно этого участка рынка труда.

По ЮФО и Республике Крым наблюдается кадровый дефицит и превышение показателя количества вакансий над количеством резюме специалистов сферы деятельности «Фитнес, салоны красоты».

Специалисты сферы деятельности «Банки, инвестиции» характеризуются повышенным спросом по РФ в целом, а также в пяти субъектах ЮФО, при балансе в целом по ЮФО (что обусловлено благополучным состоянием по данной профессиональной подготовке в Краснодарском крае).

Таблица 4

Квартильное разбиение на основе данных вакансии/резюме по Республике Крым

Сферы деятельности	Вакансии	Резюме	Квартиль по вакансии	Сферы деятельности	Вакансии	Резюме	Квартиль по резюме
1	2	3	4	5	6	7	8
Высший менеджмент	6	60	Первый квартиль	Страхование	22	18	Первый квартиль
Госслужба, НКО	10	36		Госслужба, НКО	10	36	
Банки, инвестиции	21	53		Банки, инвестиции	21	53	
Управление персоналом	21	89		Высший менеджмент	6	60	
Страхование	22	18		Консультирование	23	77	
Консультирование	23	77		Управление персоналом	21	89	
Юриспруденция	27	110		Юриспруденция	27	110	
Искусство, развлечения	45	150	Второй квартиль	Медицина, фармацевтика	83	114	Второй квартиль
Образование, наука	45	145		ЖКХ, эксплуатация	66	117	
Маркетинг, реклама, PR	48	127		Маркетинг, реклама, PR	48	127	
ЖКХ, эксплуатация	66	117		Образование, наука	45	145	
IT, интернет, телеком	78	261		Искусство, развлечения	45	150	
Медицина, фармацевтика	83	114		Фитнес, салоны красоты	193	160	
Охрана, безопасность	96	259	Третий квартиль	Охрана, безопасность	96	259	Третий квартиль
Административная работа	109	461		IT, интернет, телеком	78	261	
Домашний персонал	113	332		Домашний персонал	113	332	
Бухгалтерия, финансы	120	383		Бухгалтерия, финансы	120	383	
Фитнес, салоны красоты	193	160		Производство, сырьё, сельское хозяйство	371	394	
Автомобильный бизнес	239	403		Автомобильный бизнес	239	403	

1	2	3	4	5	6	7	8
Без опыта работы, студенты	246	899	Четвёртый квартиль	Административная работа	109	461	Четвёртый квартиль
Производство, сырьё, сельское хозяйство	371	394		Транспорт, логистика	372	760	
Транспорт, логистика	372	760		Туризм, рестораны	952	786	
Строительство	521	1599		Без опыта работы, студенты	246	899	
Туризм, рестораны	952	786		Продажи	970	975	
Продажи	970	975		Строительство	521	1599	

Таблица 5

Рассогласования по наполнению квартилей вакансии/резюме по Республике Крым

Сфера деятельности	Квартиль по вакансиям	Квартиль по резюме
IT, интернет, телеком	2	3
Административная работа	3	4
Фитнес, салоны красоты	3	2
Производство, сырьё, сельское хозяйство	4	3

Хотелось бы обратить внимание, что для такой сферы профессиональной деятельности как «Бухгалтерия, финансы» по ЮФО наблюдается превышение предложения над спросом. Даже если характеристики вакансии/резюме попадают в один квартиль, то превышение в конкретных числах всё равно имеет место (Крым). Такая тенденция является основанием для преобразования существующих профилей подготовки и требует расширения профессиональных навыков и умений. Перспективной представляется, как уже упоминалось выше дополнительная подготовка для востребованного направления «Банки, инвестиции». Отражением этой ситуации, сложившейся на рынке труда, можно считать проблемы в системе высшего образования, проявившиеся в последние годы. Так, РГУПС (Ростовский государственный университет путей сообщения) уже несколько лет не выполняют набор студентов по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» бакалавриата «Бухгалтерский учет, анализ и аудит».

Работа обсуждалась и была одобрена на заседании кафедры «Экономика, учет и анализ» РГУПС.

Заключение. Таким образом, предлагаемый нами подход к анализу рынка труда на основе показателя вакансии/резюме по квартильным интервалам позволит дать оценку ситуации в отдельно взятом регионе или описать ее, сложившуюся с трудоустройством по некоторой профессиональной сфере, а также делать выводы и принимать решения всем заинтересованным сторонам рынка труда (общефедеральные и региональные структуры, муниципалитеты, работодатели, образовательные учреждения).

Литература

1. Валенцева Е.В., Черкасова Т.С. Формирование целевых выборок для мониторинга рынка труда и выработка рекомендаций для соответствующей адаптации предметной

компоненты системы высшего образования // Труды Международной научно-практической конференции «Транспорт: наука, образование, производство» («Транспорт-2017»), Том 4. Экономические науки. - Рост. гос. ун-т. путей сообщения. - Ростов н/Д., 2017. – С. 40-43.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Ю.Ю. Ващейкина,

*старший преподаватель кафедры экономической теории
и экономики АПК, ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ*

Аннотация. Предметом исследования служат региональные особенности применения человеческого капитала. Объектом исследования выступают регионы ЦФО. Цель исследования состоит в выявлении закономерностей в динамике и структуре стоимости человеческого капитала регионов ЦФО. Установлено, что среди трех факторов (рента от человеческого капитала; рентабельность человеческого капитала; уровень заработной платы) статистически значимое влияние на процесс межрегиональной дифференциации человеческого капитала оказывает уровень заработной платы.

Ключевые слова: человеческий капитал, дифференциация регионов, индексный анализ, динамика стоимости человеческого капитала.

Введение. В условиях, когда человеческий капитал становится решающим фактором социально-экономического развития, межрегиональная и межотраслевая дифференциация по размеру и структуре человеческого капитала представляет собой актуальный предмет исследования.

Особенности регионального развития человеческого капитала находятся в сфере внимания многих исследователей. Так, С.А. Грачев, О.А. Доничев и Т.Б. Малкова выделяют три группы регионов ЦФО со схожим характером развития человеческого капитала. В первую группу входят Калужская, Ярославская, Воронежская области – регионы, обладающие плавным изменением оцениваемого показателя, без рывков. Это группа с устойчивым развитием человеческого капитала. Во вторую группу входят остальные регионы ЦФО, исключая Москву, Московскую область. К данной группе относятся регионы, обладающие неустойчивым развитием, с резкими рывками и пиками показателей. В особую третью группу входят Москва и Московская область, человеческий капитал в которых развивается по моделям, отличным от модели развития остальных регионов ЦФО [5].

С.И. Вербицкая отмечает, что преодолевая трудности социально-экономического развития, многие регионы могут попасть в так называемые «ловушки», связанные с недостаточностью человеческого капитала, обеспечивающего это самое социально-экономическое развитие. Например, низкая производительность труда обуславливает трудности с оплатой труда персонала, что, в свою очередь, приводит к снижению уровня жизни и недостаточной мотивацией на получение образования и дальнейшее совершенствование профессиональной деятельности. С другой стороны, недостаточно развитый человеческий капитал предопределяет низкую эффективность производства. В итоге формируется круговая взаимосвязь факторов, которую следует учитывать при формировании и развитии человеческого капитала региона [4].

Методы и организация исследования. Исследование выполнено с помощью статистических методов, включая индексный анализ и корреляционный анализ. При оценке стоимости человеческого капитала использован доходный подход [2]. Информационной базой для апробации предлагаемой системы индексов послужили сведения, размещенные на сайте Росстата <http://www.gks.ru>.

Результаты и их обсуждение. Выполненный анализ показывает, что ни рентабельность человеческого капитала, ни рента, получаемая обладателями человеческого капитала, пока не выступают основным мотивом для его применения, чего нельзя сказать о сумме заработной платы, модифицированной формой которой выступает стоимость задействованного человеческого капитала в расчете на одного работника (PCv). Динамику и размер последнего показателя в текущих ценах иллюстрирует рисунок 1.

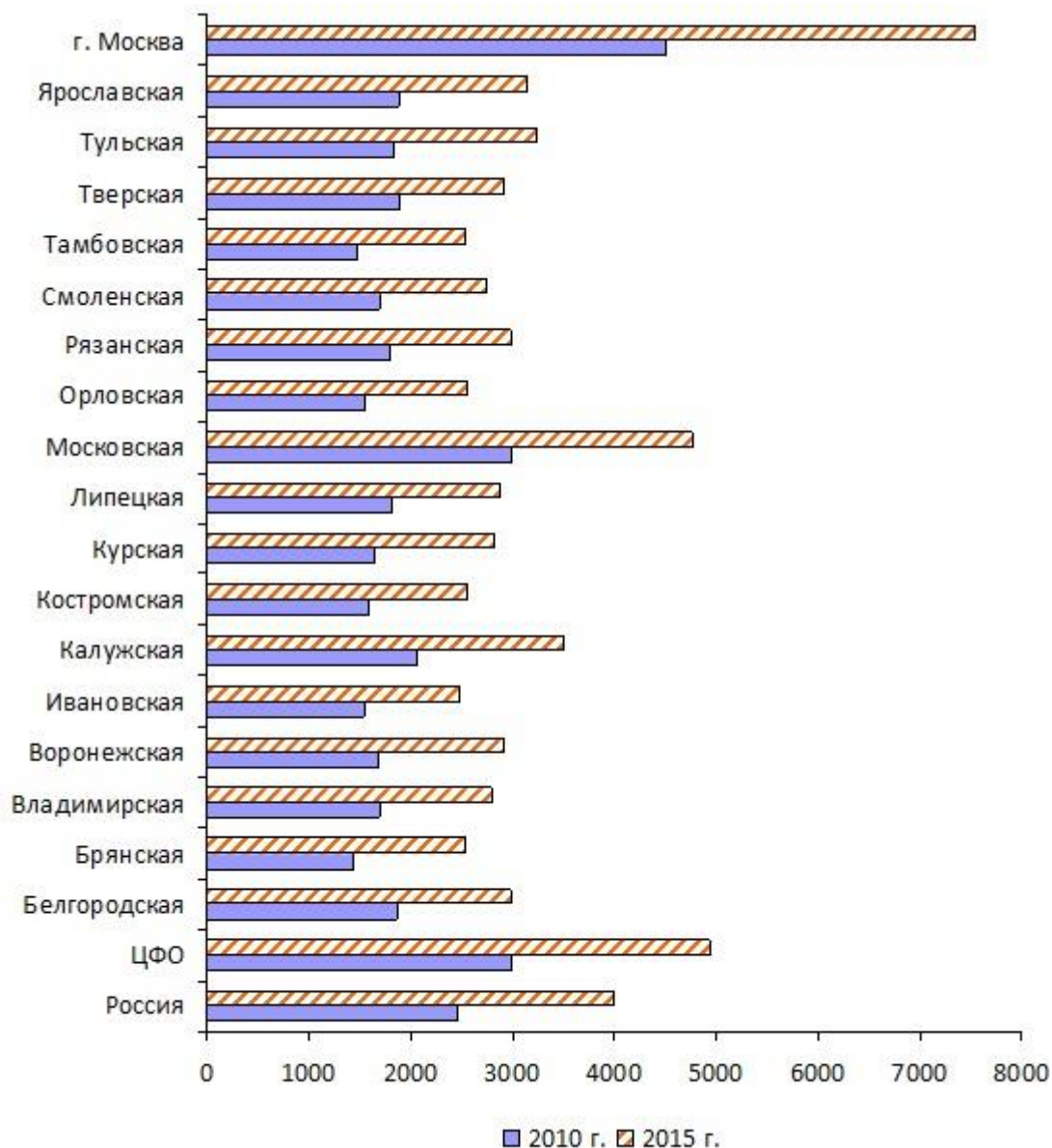


Рис. 1. Стоимость задействованного в организациях человеческого капитала в расчете на одного работника (PCv), тыс. руб./чел

Наибольший размер стоимости человеческого капитала в расчете на одного работника имеет место в г. Москва и Московской области. Судя по тому, что эти регионы отличаются наибольшим приростом численности работников, занятых в организациях, можно утверждать, что различие в уровне оплаты труда выступает основным фактором перемещения человеческого капитала. [1]

Во всяком случае, миграционный прирост тесно связан с уровнем оплаты труда, что иллюстрирует рисунок 2.

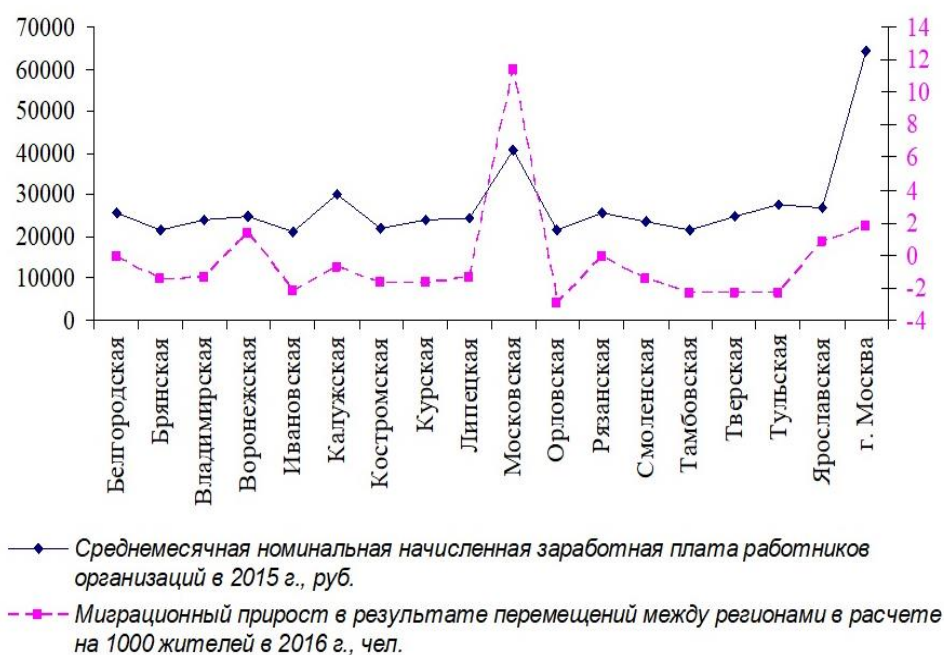


Рис. 2 Заработная плата и миграционный прирост в областях ЦФО

Коэффициент корреляции между этими показателями составил 0,535 при уровне значимости 0,022 (таблица 1).

Таблица 1

Параметры регрессионной связи между среднемесячной заработной платой и межрегиональным миграционным приростом

	коэффициент	наблюдаемый уровень значимости
Пересечение	-5,00920	0,020
Регрессия	0,00017	0,022
Корреляция	0,535	0,022
Детерминация	0,286	

Таким образом, наблюдается значительный прирост стоимости человеческого капитала в г. Москва и Московской области, в том числе за счет миграционного увеличения численности работников, чему способствуют различия в экономических условиях применения человеческого капитала. Усиливающаяся концентрация человеческого капитала в г. Москва и Московской области позволяет утверждать о зависимости экономического развития регионов от их удаленности от финансовых и властных центров.

Заключение. Анализ структуры и динамики стоимости человеческого капитала регионов позволяет объективно исследовать основные закономерности и особенности развития экономики России в части взаимодействия регионов. Наблюдается значительный прирост стоимости человеческого капитала в г. Москва и Московской области, в том числе за счет миграционного увеличения численности работников, чему способствуют различия в экономических условиях применения человеческого капитала.

Усиливающаяся концентрация человеческого капитала в г. Москва и Московской области позволяет утверждать о зависимости экономического развития регионов от их удаленности от финансовых и властных центров. Не отрицая важности наличия полюсов и центров роста регионального развития, считаем приоритетным их образование на условиях конкуренции региональных социально-экономических систем.

Литература

1. Аничин, В.Л. Дифференциация регионов по стоимости человеческого капитала / В.Л. Аничин, Ю.Ю. Ващейкина // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. - 2017. - Т. 44. - № 23 (272). - С. 24-29.
2. Аничин, В.Л. Стоимостная оценка человеческого капитала / В.Л. Аничин, А.Ф. Дорофеев, Ю.Ю. Ващейкина // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. - 2017. Т. 43. - № 16 (265). - С. 90-96.
3. Богомолова, Л.Л. Теоретические аспекты определения ренты человеческого капитала / Л.Л. Богомолова, Е.А. Евланов // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2018. - № 1 (68). - С. 210-219.
4. Вербицкая, С.И. Роль человеческого капитала в обеспечении устойчивого развития региональной экономики / И.И. Вербицкая // Успехи современной науки и образования. 2017. Т. 1. № 5. С. 45-49.
5. Грачев, С.А. Человеческий капитал как ресурс инновационного развития региона / С.А. Грачев, О.А. Доничев, Т.Б. Малкова // Экономический анализ: теория и практика. - 2016. - № 5 (452). - С. 64-77.
6. Тимохина, О.А. Инновационная методика оценки качественной составляющей кадрового потенциала, как одного из ключевых элементов инновационного развития экономики страны / О.А. Тимохина, Т.А. Власова // В сборнике: Российская экономика: взгляд в будущее материалы IV Международной научно-практической конференции: в 3 частях . - 2018. -С. 174-181.
7. Третьякова, Л.А. Обзор методического инструментария оценки регионального человеческого капитала / Л.А. Третьякова, Н.Б. Бражникова // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. - 2018. - № 2 (108). - С. 13.

ПОВЫШЕНИЕ ТРУДОВЫХ ДОХОДОВ РАБОТНИКОВ КАК ФАКТОР РОСТА ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИЯХ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

Т. А. Власова,

кандидат экономических наук,

доцент кафедры управления персоналом

Института экономики и управления, НИУ «БелГУ»

Аннотация. В статье проведен анализ соотношения и динамики изменения среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников сельскохозяйственных организаций и по экономике в целом, а так же анализ соотношения уровня производительности труда и среднемесячной начисленной заработной платы. Обоснована необходимость разработки новых подходов к формированию механизма оплаты труда как основы повышения трудовых доходов работников.

Ключевые слова: аграрный сектор экономики, кадровый потенциал, трудовые доходы, размер заработной платы, производительность труда.

Введение. Ведущая роль в эффективном, конкурентоспособном и устойчивом развитии аграрного сектора экономики отводится рабочей силе. Как известно, значение рабочей силы и её воспроизводства заключается в том, что она выступает в качестве главного фактора производственных процессов и обеспечивает согласованное взаимодействие остальных факторов производства.

Неразвитость условий формирования кадрового потенциала сказывается на его неполном использовании, а соответственно приводит к экономическим потерям. К сожалению, приходится констатировать, что нарастающее несоответствие количества и

качества рабочей силы в сельском хозяйстве современным реалиям и требованиям оказывает негативное влияние на показатели экономической эффективности и финансового состояния сельскохозяйственных организаций.

Отметим, что реализация поставленных амбициозных задач по развитию аграрного сектора экономики и обеспечению национальной продовольственной безопасности возможна при условии освоения инновационной стратегии развития и повышения уровня трудовой активности работников сельскохозяйственных организаций посредством совершенствования условий формирования кадрового потенциала аграрного сектора и улучшения условий для высокопроизводительного труда, а так же повышения материальной заинтересованности как следствия повышения трудовых доходов работников.

Методы и организация исследования. Методологической и теоретической базой работы выступил системный подход к изучению исследуемых социально-экономических явлений и процессов, труды отечественных исследователей по рассматриваемой проблематике. В ходе исследования использованы следующие методы: абстрактно-логический, расчетно-конструктивный, метод сравнительного анализа и изучения рядов динамики. Информационная база работы представлена официальными статистическими данными.

Результаты и их обсуждение. Основным фактором воспроизводства рабочей силы и кадрового потенциала, а так же основной формой мотивации труда выступает заработная плата. Практика показывает, что смена парадигмы в свете развития рыночных отношений привела к существенной поляризации в уровнях оплаты труда и отдельных граждан и в отдельных отраслях народного хозяйства. В связи с этим важной представляется оценка показателей уровня оплаты труда работников сельскохозяйственных организаций относительно показателей в среднем по экономике.

Анализ данных, представленных в таблице 1, показывает, что по РФ за рассмотренный период в целом по экономике страны заработная плата увеличилась в 1,75 р., по сельскому хозяйству, охоте и лесному хозяйству – в 2,04 р. Несмотря на более высокие темпы роста, уровень заработной платы работников сельскохозяйственных организаций остается значительно более низким в сравнении со средним показателем по экономике страны.

Таблица 1

Соотношение и динамика изменения среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников организаций в РФ в 2010-2016гг., руб.

Годы	Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций, руб.		Отношение среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников организаций по виду экономической деятельности «Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство» к среднероссийскому уровню, %
	по виду экономической деятельности «Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство»	в целом по экономике	
2010	10668	20952	51
2011	12464	23369	53
2012	14129	26629	53
2013	15724	29792	53
2014	17724	32495	55
2015	19721	34030	58
2016	21755	36709	59
Темп роста, раз	2,04	1,75	×

Источник: составлено и рассчитано автором на основе данных Росстата

Отметим, что Отраслевым соглашением по агропромышленному комплексу Российской Федерации на 2018-2020 гг. по договоренности заинтересованных сторон была определена главная цель политики в области оплаты труда, которая заключалась в систематическом повышении реальных доходов работников сельскохозяйственных организаций и доведение уровня реальной заработной платы до 90% от среднего уровня в целом по экономике страны [3]. В 2006 г. уровень среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников организаций по виду экономической деятельности «Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство» к среднероссийскому уровню составил всего 59%. Укажем и на факт сохраняющейся дифференциации уровня заработной платы по различным категориям работников организаций аграрного сектора.

По мнению ряда ученых, главной причиной складывающейся ситуации является низкая цена рабочей силы в аграрном секторе экономики, ее низкий уровень конкурентоспособности, невысокий уровень финансовой устойчивости хозяйствующих субъектов, обусловленный низкой эффективностью работы инструментов и рычагов рыночного хозяйственного механизма по сравнению с другими отраслями. Необоснованным и экономически неоправданным отдельные ученые считают и отказ от систематического планирования и глубокого анализа производительности и оплаты труда в сельском хозяйстве, что в совокупности с рядом других факторов привело к возникновению перекосов в соотношении темпов роста производительности труда и заработной платы [2, 4].

По сельскому хозяйству, охоте и лесному хозяйству, как и в целом по экономике, темпы роста заработной платы опережают темпы роста уровня производительности труда. При этом в последние годы чуть наименьший разрыв в соотношении наблюдается именно в отрасли сельского хозяйства (табл. 2).

С учетом особой социально-экономической значимости аграрного сектора в экономике страны, необходимости динамичного развития сельских территорий проблема повышения роста трудовых доходов сельскохозяйственных работников приобретает характер национального масштаба. На сложность решения данной проблемы указывает тот факт, что уровень заработной платы работников сельскохозяйственных организаций остается на уровень ниже, чем в целом по экономике страны и не обеспечивает выполнения стимулирующей и воспроизводственных ее функций.

Таблица 2

Динамика темпов изменения и соотношения производительности труда и среднемесячной начисленной заработной платы в РФ в 2010-2016гг.

Годы	Изменение производительности труда (по отношению к предыдущему году), %		Изменение среднемесячной начисленной заработной платы (по отношению к предыдущему году), %		Соотношение изменения производительности труда и среднемесячной начисленной заработной платы, %	
	по сельскому хозяйству, охоте и лесному хозяйству	в целом по экономике	по сельскому хозяйству, охоте и лесному хозяйству	в целом по экономике	по сельскому хозяйству, охоте и лесному хозяйству	в целом по экономике
2010	88,3	103,2	110,9	110,9	0,80	0,93
2011	115,1	103,8	111,5	116,8	1,03	0,89
2012	100,2	103,3	113,9	113,4	0,88	0,91
2013	106,5	101,8	111,3	111,9	0,96	0,91
2014	103,3	100,7	112,7	109,1	0,92	0,92
2015	104,5	98,1	111,6	105,1	0,94	0,93
2016	103,5	99,7	110,3	107,9	0,94	0,92

Источник: составлено и рассчитано автором на основе данных Росстата

В связи с тем, что конечные показатели эффективности трудовой деятельности тесно коррелируют с уровнем заработной платы, необходимо обеспечить не только рост ее уровня, но и совершенствовать ее. Необходимым является контроль оптимального соотношения роста производительности труда и заработной платы и оценка, а так же взаимосвязи оценки труда и заработной платы.

Следует учитывать, что система стимулирования труда в аграрном секторе совершенствуется и адаптируется к условиям внешней среды. Дальнейшее поступательное развитие аграрного сектора экономики требует от ученых и практиков разработки единой методологии организации оплаты труда для организаций различных форм хозяйствования. По этой причине и требуется создание новой концепции развития материального стимулирования в сельском хозяйстве, содержащей нормы и стандарты, а так же межотраслевые пропорции, которая станет основой повышения трудовых доходов работников. Особое внимание в новом механизме оплаты труда должно быть уделено такому основополагающему элементу как методика оценки труда и установление обоснованных дифференцированных ставок основной оплаты труда персонала. При этом обоснованным является использование форм регулирования оплаты труда в системе коллективно-договорных отношений. При этом коллективные договоры должны содержать не только аспекты, связанные с экономическим стимулированием, но и с поощрениями социального характера [1, 5].

Заключение. Складывающиеся тенденции в развитии уровня заработной платы работников аграрного сектора экономики и вызывающие их причины требуют дальнейшего изучения и применения в практики российских сельскохозяйственных организаций новых подходов к формированию механизма оплаты труда как основы повышения трудовых доходов работников. Успешная реализация мероприятий по построению эффективной системы оплаты труда окажет положительное влияние на рост удовлетворенности работников своей трудовой деятельностью и их заинтересованности в результативных показателях функционирования, а значит, будет способствовать повышению эффективности организаций аграрного сектора экономики.

Литература

1. Бураева, Е.В. Рост трудовых доходов работников сельскохозяйственного сектора как приоритетное направление региональной аграрной политики/ Е.В. Бураева // Экономический анализ: теория и практика. - 2014. - №30 (381).- С.29-36.
2. Лубков, А.Н. Критерии оценки производительности и уровня оплаты сельскохозяйственного труда/ А.Н. Лубков // Аграрный вестник Урала. – 2008. – №2. –С.29-31.
3. Отраслевое соглашение по агропромышленному комплексу Российской Федерации на 2018 - 2020 годы (подписано 6 марта 2018 г.)// Система ГАРАНТ [Электронный ресурс]. URL: [http:// base.garant.ru/71917558/#ixzz5VG723dNa/](http://base.garant.ru/71917558/#ixzz5VG723dNa/) (дата обращения: 13.10.2018).
4. Прока, Н.И. Основные параметры политики оплаты труда в аграрном секторе экономики/ Н.И. Прока // Вестник ОрелГАУ. - 2016. -№6. -С.3-9.
5. Редько, В.Н. Адаптация организационно-экономического механизма оплаты труда в аграрном секторе экономики к новым условиям хозяйствования/ В.Н. Редько, Д.В. Редько // Проблемы экономики. - 2009. - №2 (9). - С.235-247.

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ НА ОСНОВЕ ГРЕЙДИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА

Т.А. Власова,

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры управления персоналом
Института экономики и управления, НИУ «БелГУ»*

К.В. Конорева,

*магистрант кафедры управления персоналом
направления подготовки «Управление персоналом», НИУ «БелГУ»*

Аннотация. В данной статье рассматриваются различные инновационные подходы к процессу мотивации и стимулирования сотрудников, используемые в практике работы российских и зарубежных компаний. В частности, подробно изучаются основные особенности и принципы внедрения и функционирования системы грейдинга персонала. На примере конкретной организации поэтапно рассматривается процесс построения данной системы. Дается описание системы грейдинга, действующей в организации, и, исходя из ее индивидуальных особенностей, предлагается возможный вариант модели компетенций для определения грейда каждого сотрудника.

Ключевые слова: мотивация, мотивационная система, стимулирование, инновационный подход, грейдинг персонала, тарифная система, «вес» фактора, грейд, «вилка» заработной платы, компетенция, модель компетенций сотрудников.

Введение. В современном менеджменте все большее значение приобретают мотивационные аспекты. Это связано с возрастающей ролью личности работника. Меняется соотношение стимулов и потребностей, на которые может опереться система стимулирования. В качестве мотивации сегодня используются как финансовые, так и нефинансовые методы вознаграждения, которые удовлетворяют материальные и духовные потребности работников [1, с. 8].

Мотивация – позиция, предрасполагающая человека действовать специфическим целенаправленным образом. Это внутреннее состояние, определяющее поведение человека.

Сегодня особенно остро в различных организациях стоит проблема правильного и эффективного мотивирования сотрудников. Проведение определенных эффективных мероприятий по мотивации персонала приводит к качественному и оперативному выполнению работы, уменьшению срока её выполнения, снижению уровня текучести кадров, а значит и к эффективной работе организации и увеличению прибыли.

Методы и организация исследования. В основе методологической и теоретической базы работы заложен системный подход к изучению исследуемых явлений и процессов, труды отечественных исследователей по рассматриваемой проблематике. Выполнение работы базировалось на ряде общенаучных методов исследования, среди которых: абстрактно-логический, монографический, расчетно-конструктивный, метод сравнительного анализа и другие. Объектом исследования является отдел продаж крупной компании, занимающейся печатью полиграфической продукции.

Результаты и их обсуждение. В настоящее время руководители многих зарубежных компаний для достижения высокой эффективности деятельности придумывают нестандартные способы мотивирования своих сотрудников, выходя за общепринятые рамки. Так, например, в Японии владелица одной маркетинговой компании, в которой работают только женщины, заметила, что многие из сотрудниц периодически страдают из-за разрыва со своими «половинками» и не могут сосредоточиться на выполнении работы. В связи с этим она ввела в мотивационную систему отгулы, связанные с причиной «разбитого сердца». Есть множество других подобных примеров, демонстрирующих инновационные подходы к мотивации персонала. При этом они бывают одноразовыми и на

постоянной основе. В качестве одноразовой мотивации могут выступать оплата обучения детей сотрудников, необходимого дорогостоящего лечения, финансовая помощь в организации бракосочетания. К мотивационным акциям на постоянной основе можно отнести оплату перелета к месту отдыха один раз в год для сотрудника и его семьи, корпоративный доступ к Интернету из дома, предоставление места в частном детском саду для детей сотрудника и многое другое.

Все же основным и самым распространенным методом мотивации на сегодняшний день является денежное вознаграждение. Многие зарубежные предприятия и компании считают наиболее эффективными и активно используют несколько систем оплаты труда. К ним относятся денежные вознаграждения за выполнение работником тех функций, которые не входят в его полномочия; комиссионные, когда работник получает фиксированный процент от заключаемой с клиентом сделки; программы по разделению прибыли, при которых сотрудники получают определенный процент прибыли организации; специальные индивидуальные вознаграждения за опыт работы или за владение определенными навыками; акции, когда сотруднику предоставляется в собственность определенное число акций компании или право на приобретение пакета акции оговоренного размера и другие [2, с. 21].

Помимо выше перечисленных подходов, во многих современных организациях широко используются и другие технологии HR, способствующие стимулированию трудовой активности персонала и повышению эффективности результатов его труда. К ним относятся: система бонусов и поощрений в виде безвозмездного предоставления возможностей для проведения досуга работников и их семей, организация корпоративных мероприятий различного формата, внедрение балльно-рейтинговой системы оценки, предоставление определенных льгот и улучшение условий труда на рабочих местах, геймификация и другое. Одним из таких подходов также является грейдирование персонала.

По своему определению грейдинг представляет собой группировку должностей организации в тесной связи с оплатой труда на той или иной позиции. Систему грейдов во многих источниках научной литературы часто сравнивают с построением тарифной системы, которая предполагает ранжирование тарифных разрядов работников на основе, как правило стажа, навыков и уровня профессиональных знаний, и дальнейшее их сопоставление с тарифной ставкой (окладом). Однако грейдинг должностей является расширенной версией данного способа, так как учитывает более разнообразную линейку критериев, в связи с чем обладает повышенной степенью универсальности и может быть применима практически ко всем должностям предприятия. Помимо этого, система грейдирования, в отличие от тарифной сетки, допускает пересечение частей двух близлежащих грейдов, что позволяет добиться справедливости при выплата должностного оклада сотрудникам одного грейда, но имеющим разную степень профессионализма. И здесь отмечается главное отличие западного подхода от отечественного: хороший специалист может получать большую зарплату, чем его непосредственный начальник. Еще одним отличием от тарифной системы является тот факт, что при использовании тарифной сетки все должности выстраиваются по нарастающему вертикали, то есть от рабочего персонала до управленческого звена. Система грейдирования учитывает важность каждой конкретной должности для работы всей организации [3].

Процесс разработки и внедрения системы грейдирования в организации, как правило, включает несколько основных этапов. Рассмотрим его на конкретном примере.

Допустим, организация – филиал отдела продаж крупной компании, занимающейся печатью полиграфической продукции (частная типография). В филиале существует 2 отдела: листовая и рулонная печати. В листовом отделе работает 6 человек: офис-менеджер, 2 технолога, дизайнер, 2 менеджера по работе с клиентами. В отделе рулонной (газетной) печати трудится 3 сотрудника: офис-менеджер, 2 менеджера по работе с клиентами. Работу всего филиала контролирует руководитель. Также в штате организации числятся 1 уборщица, 1 заведующий хозяйством, 1 водитель-курьер.

1 этап. Определение целей и задач разработки системы грейдинга персонала в организации. Данный этап основан на выявлении наличия конкретных проблем в действующей системе мотивации и стимулирования. В качестве целей и задач, на которые направлена система грейдинга персонала может выступать следующее:

- установка объективной ценности каждого сотрудника;
- повышение прозрачности карьерных перспектив;
- повышение эффективности использования фонда оплаты труда;
- качественная оценка персонала;
- привлечение потенциальных кандидатов;
- совершенствование HR-бренда компании.

2 этап. Описание должностей, действующих в организации. Итак, как было указано выше в листовом отделе филиала работает 6 человек: офис-менеджер, 2 технолога, дизайнер, 2 менеджера по работе с клиентами. В отделе рулонной (газетной) печати трудится 3 сотрудника: офис-менеджер, 2 менеджера по работе с клиентами. Работу всего филиала контролирует руководитель. Также в штате организации числятся 1 уборщица, 1 заведующий хозяйством, 1 водитель-курьер. Таким образом, всего 13 работников и 8 должностей.

Источником информации для изучения основных требований, предъявляемых к конкретной должности, а также основных функций и обязанностей сотрудника, могут стать должностные инструкции сотрудников, функциональные описания должностей или консультация с руководителем филиала.

3 этап. Поиск критериев для оценки должностей. Обязательным условием этого этапа является определение набора универсальных факторов для оценки всех должностей (от рабочего до директора), то есть весь персонал компании должен оцениваться по одному набору критериев оценки. В качестве таких критериев по отношению к данной организации и действующим в ней должностям могут выступать следующие:

- степень ответственности,
- квалификация,
- опыт работы,
- уровень контактов с людьми,
- административные навыки.

Таблица 1

Оценка должностей организации

Должность	«Вес» фактора ответственности	«Вес» фактора квалификация	«Вес» фактора опыт работы	«Вес» фактора уровень контактов с людьми	«Вес» фактора административные навыки	«Вес» должности», итого
Офис-менеджер	3	1	1	5	5	15
Технолог	5	5	5	3	2	20
Дизайнер	5	5	5	4	1	20
Менеджер по работе с клиентами	5	4	5	5	1	20
Руководитель	5	5	5	5	5	25
Уборщица	1	1	1	1	1	5
Заведующий хозяйством	5	1	2	3	4	15
Водитель-курьер	1	1	1	1	1	5

4 этап. Оценка должностей по выбранным критериям. Проведем оценку описанных выше должностей филиала организации по данным критериям. При этом, каждому критерию присваиваются баллы в зависимости от его степени сложности и проявления в той или иной должности («вес» фактора). Поскольку штат филиала компании состоит всего из 13 человек, мы не будем присваивать каждому критерию большие баллы, чтобы не усложнять методику расчета; максимальный «вес» фактора – 5, максимальный «вес» должности – 25.

Таким образом, в организации выделено 4 грейда.

Таблица 2

Грейды организации

Грейд	Должности, входящие в грейд	Число сотрудников, входящих в грейд
4	Руководитель	1
3	Менеджер по работе с клиентами, технолог, дизайнер	7
2	Офис-менеджер, заведующий хозяйством	3
1	Уборщица, водитель-курьер	2

5 этап. Определение границ «зарплатной вилки» по каждой из должностей. Обязательным условием для этого этапа является определение размера должностного оклада по результатам расчетов баллов. Оно должно производиться по единым правилам, независимо от позиции и подразделения.

Прежде всего, для установления должностного оклада необходимо собрать информацию о рыночной стоимости различного вида работ, также следует учитывать средний уровень оплаты труда в стране и отдельном регионе. Помимо этого, анализируем рынок труда для того, чтобы понять, сколько платят в среднем за аналогичную должность на других предприятиях, и на основании полученных данных принять взвешенное решение.

Затем для каждого грейда устанавливается диапазон окладов, так называемая «вилка». Она определяется не для каждой должности отдельно, а для всего грейда. Определим границы «зарплатной вилки» по каждой из должностей организации в соответствии с выделенными грейдами. Ими могут являться абсолютные величины для каждого грейда.

Грейд 1 (уборщица, водитель-курьер): контрольное значение для 1 грейда может составить 7 500 рублей. Минимальный оклад на этом грейде может составлять 6 000 рублей (80% от контрольного значения), а максимальный – 9 000 рублей (120% от контрольного значения).

Грейд 2 (офис-менеджер, заведующий хозяйством): контрольное значение для 2 грейда может составить 10 000 рублей. Минимальный оклад на этом грейде может составлять 8 000 рублей (80% от контрольного значения), а максимальный – 12 000 рублей (120% от контрольного значения).

Грейд 3 (менеджер по работе с клиентами, технолог, дизайнер): контрольное значение для 3 грейда может составить 15 000 рублей. Минимальный оклад на этом грейде может составлять 12 000 рублей (80% от контрольного значения), а максимальный – 18 000 рублей (120% от контрольного значения).

Грейд 4 (руководитель): контрольное значение для 4 грейда может составить 23 500 рублей. Минимальный оклад на этом грейде может составлять 18 800 рублей (80% от контрольного значения), а максимальный – 28 200 рублей (120% от контрольного значения).

«Вилками» окладов для каждого уровня могут являться также относительные величины. Например, контрольное значение 4 грейда принимается за базовое, а остальные грейды зависят от него (допустим, контрольное значение 3 грейда – это 65% оплаты от

четвертого, а 2 грейда – 70% от контрольного значения 3 грейда). Этот принцип используется в построении тарифной сетки.

Периодичность корректировки значений будет зависеть от экономической ситуации в стране, уровня инфляции и других факторов. Целесообразно проводить ее один раз в год.

Эдвард Хей разработал классическую систему грейдов, состоящую из 32 рангов. На сегодняшний день применяются и другие методы. Некоторые из них более упрощенные, другие наоборот объемней классической модели. Рассмотрим конкретные принципы построения системы грейдирования на примере одной крупнейшей группы промышленных предприятий.

Доход сотрудников в компании складывается традиционно из базового оклада и переменной части. При этом, базовый оклад включает в себя:

- 1) Основные характеристики позиции (система базовых окладов, основанная на грейдировании позиций);
- 2) Оценку компетенций и результативности работника (определение ступени грейда, в зависимости от уровня развития компетенций).

Переменная часть формируется на основе максимального размера фонда оплаты труда в зависимости от категории персонала и фактического размера переменной части в зависимости от результативности достижения показателей эффективности.

К основным принципам управления постоянной частью вознаграждения в данной организации относятся:

- 1) Для формирования постоянной части оплаты труда работников (оклада) применяется система грейдов. Грейд является исходной величиной для установления уровня оплаты труда независимо от того, какие формы и системы оплаты труда применяются к данной позиции (должности).
- 2) Минимальная величина оклада первого грейда утверждается приказом руководителя конкретного предприятия группы. Уровень оплаты труда, определенный для первой ступени первого грейда, не должен быть ниже законодательно установленного уровня минимальной заработной платы. Размеры окладов второго и последующих грейдов определяются исходя из размера оклада первого грейда и грейдовых коэффициентов.
- 3) Основанием для установления оклада для каждой должности (профессии) является ее принадлежность к конкретному грейду.

Сетка базовых окладов на предприятиях группы включает 16 грейдов; в каждом грейде 5 ступеней. Она разрабатывается для каждой площадки с учетом анализа рынка труда. Уровень базовых окладов одного грейда одинаков для всех категорий сотрудников.

Уровень оплаты конкретного работника зависит также от уровня развития его компетенций. Под компетенцией понимают интегральное качество, сочетающее в себе знания, навыки и мотивацию, описанное в терминах наблюдаемого поведения, которое отличает хорошего работника от плохого на определенной позиции. В группе предприятий выделяют корпоративные, менеджерские компетенции – определяют соответствие работника грейду должности, технические и функциональные – определяют степень оплаты. Требования по корпоративным и менеджерским компетенциям определяются грейдом позиции и едины для всех ступеней внутри грейда. Требования по функциональным и техническим компетенциям определяются ступенью внутри грейда. Все требования задаются через определение минимального количества компетенций с уровнем развития большим, или равным нормативному.

Если по результатам оценки компетенций работника уровень развития корпоративных и менеджерских компетенций не соответствует требуемому уровню, определенному для должности, то при приеме или переводе на должность работнику:

1. устанавливается минимальная оплата, определенная для данной должности – первая ступень грейда позиции;
2. составляется индивидуальная программа развития, в которой оговаривается перечень программ / мероприятий по развитию компетенций сотрудника, и устанавливается срок их реализации (достижение необходимого уровня развития компетенций);

3. по итогам реализации мероприятий индивидуальной программы развития проводится повторная оценка компетенций, по результатам которой определяется уровень оплаты труда и / или принимается решение о продлении программы развития.

Исходя из всех выше перечисленных принципов системы грейдирования, для данной группы предприятий можно предложить следующую модель компетенций для определения грейда должностей сотрудников.

1. Корпоративная модель компетенций:

- Ориентация на результат (К 1.2);
- Ответственность (К 2.1);
- Инициативность и способность к обучению (К 3.9);
- Взаимодействие (К 4.8);
- Эффективная коммуникация (К 5.6);
- Исполнительская дисциплина (К 6.7);
- Лидерство (К 7.3);
- Создание позитивной репутации Группы предприятий (К 8.4);
- Стаж работы в компании (К 9.5).

2. Менеджерская модель компетенций:

- Управление исполнением (М 1.3);
- Мотивация и развитие подчиненных (М 2.4);
- Управленческая самостоятельность (М 3.1);
- Управление ресурсами: временными, финансовыми, материальными (М 4.2).

3. Функциональная модель компетенций:

- Ориентация на внутреннего клиента (Ф 1.3);
- Влияние и убеждение в переговорах (Ф 2.6);
- Принципиальность, следование нормативам и законодательным актам (Ф 4.5);
- Инновационность (Ф 5.9);
- Точность и внимание к деталям (Ф 6.1);
- Управление информационными потоками (Ф 7.8);
- Понимание работы механизмов (Ф 8.4);
- Устойчивость к монотонной работе (Ф 9.10);
- Понимание технологических процессов (Ф 10.2);
- Перспективное мышление (Ф 11.7).

Таким образом, первая цифра означает порядковый номер компетенции; вторая – определяет ее приоритет. То есть, освоив равное количество компетенций для перехода в следующую ступень или грейд, выбор будет сделан в пользу того сотрудника, который освоил более важные по приоритету компетенции. Это позволит сформировать и внедрить современные методы и четкие правила работы в компании, создать объективно справедливую процедуру оценки персонала при определении его принадлежности к конкретному грейду или ступени в грейде, обеспечить максимально прозрачный процесс перевода и увольнения сотрудников, повысив тем самым удовлетворенность персонала работой в компании.

Заключение. Проблема уровня заработной платы особенно актуальна для современного российского населения в связи с наличием ряда проблем в этой сфере: низкий уровень жизни, низкий уровень заработной платы, высокий уровень безработицы в стране и другие социально-экономические показатели, имеющие неутешительные тенденции к снижению своих значений и их низкому уровню в сравнении с ведущими странами мира. Помимо этого, большинство современных российских предприятий характеризуются следующими особенностями в отношении системы оплаты труда и мотивации персонала: неконтролируемый рост фонда оплаты труда, отсутствие объективной оценки сотрудников, основание уровня оплаты труда некоторых сотрудников на произволе и мнении руководства, отсутствие единых правил построения системы мотивации и стимулирования персонала. Данные обстоятельства предопределяют важность построения структурированной, справедливой и открытой системы оплаты труда на каждом рабочем

месте. В решении данной проблемы может помочь внедрение в работу компании системы грейдинга персонала.

С помощью современной системы грейдинга организация может решить следующие стратегические задачи:

1. Борьба с кризисным положением. Во время кризиса компании обычно сокращают персонал, что позволяет сэкономить материальные средства. Грейдинг позволяет выстроить правильную иерархию, сэкономить на неэффективных работниках и мотивировать на улучшение труда эффективных. Перераспределение оплаты увеличивает эффективность не только конкретных сотрудников, но и фирмы в целом;
2. Равенство возможностей. Метод грейдов дает инструменты для развития. Она предполагает не только вертикальное улучшение должностного, а соответственно и материального положения, но и горизонтальное;
3. Прозрачность и наглядность. Сотрудникам внутри компании легко определить степень личной и чужой эффективности. Зачастую компания поощряет всеобщее участие работников в оценке критериев и результатов.

На основании все выше сказанного, можно сделать вывод о том, что компания должна обладать огромным запасом ресурсов для того, чтобы обеспечить объективно рациональное построение и функционирование системы грейдинга. В первую очередь, это материальные затраты и большой запас человеческих ресурсов в виде опытных и квалифицированных сотрудников в сфере HR, способных разработать структурированную и индивидуализированную систему мотивации и стимулирования на основе грейдинга персонала, которая будет базироваться на справедливости и открытости оплаты труда сотрудников и обеспечит их мотивацию на постоянное совершенствование и повышение профессионального уровня развития.

Литература

1. Аллин, О. Н. Кадры для эффективного бизнеса. Подбор и мотивация персонала / О.Н. Аллин. – М.: Генезис, 2014. – 248 с.
2. Бабинцева, Е.И. Диагностика мотивационного развития персонала / Бабинцева Е.И., Севрюкова Р.А. // Современные тенденции развития науки и технологий. –2015. –№ 9-6. –С. 20-23.
3. Слипачук, С. Система грейдов: методика определения должностных окладов / HR-Portal // Мотивация и стимулирование персонала. – 2012.
4. Официальный сайт Центра помощи по трудовым вопросам Samsu.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://www.samsu.ru> (дата обращения: 10.10.2018).

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПЕРСОНАЛА СУБЪЕКТОВ МОЛОЧНОГО АГРОБИЗНЕСА И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЁ ПОВЫШЕНИЯ

Т.И. Грудкина,

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры экономики и менеджмента в АПК, ФГБОУ ВО Орловский ГАУ

Я.В. Васенкова,

магистрант, ФГБОУ ВО Орловский ГАУ

Аннотация. В статье осуществлена оценка конкурентоспособности персонала субъектов молочного агробизнеса по показателям, предложенным автором, выявлены направления ее повышения.

Ключевые слова: персонал, конкурентоспособность, конкурентоспособность персонала, субъекты молочного агробизнеса, оценка конкурентоспособности персонала.

Введение. В современных условиях функционирования субъектов рынка возрастает значимость персонала, актуальность оценки его конкурентоспособности и ее повышения. Решение проблемы повышения конкурентоспособности персонала не менее важно для субъектов молочного агробизнеса.

Методы и организация исследования. При проведении данного исследования использовались такие методы, как экономико-статистические, монографический, абстрактно-логический и др.

Оценка конкурентоспособности персонала проводилась на материалах субъектов молочного агробизнеса Орловской области в целом, а также АО «Березки», ЗАО «Славянское», ООО «Юпитер», ЗАО «Куракинское», ООО «им. Мичурина».

Результаты и их обсуждение. Конкуренция является одной из главных движущих сил рынка молока и формой взаимного соперничества между его субъектами за наиболее выгодные условия производства, сбыта и реализации своего рыночного потенциала [4, с. 316]. Конкуренция осуществляется не только по этим направлениям, но и непосредственно среди персонала субъектов агробизнеса.

Сотрудник в каждой организации является ее неотъемлемой частью [1, с. 615]. Берестнева Н.А., Кох М.Н. [2, с. 1395] определяют конкурентоспособность персонала как способность конкретного работника к индивидуальным достижениям в труде, представляющим вклад в достижение организационных целей, а также свойство работника успешно выдерживать конкуренцию на рынке труда в сравнении с работниками аналогичных профессий.

В литературе нет общепринятой методики оценки конкурентоспособности персонала [8]. Хотя справедливости ради следует отметить, что само это понятие стало встречаться в научной и учебной литературе гораздо чаще, чем более десяти лет назад, несмотря на его важность и в тот период.

Конкурентоспособность основного персонала АО «Березки» как производителя молока, которым являются операторы машинного доения, оценим посредством сравнения соответствующих параметров разных субъектов молочного агробизнеса, ее характеризующих, предложенных нами (авторский подход) и представленных в таблице 1. Сравнение осуществлялось с показателями таких субъектов молочного агробизнеса, как ЗАО «Славянское», ООО «Юпитер», ЗАО «Куракинское», ООО «им. Мичурина», а также среднестатистического конкурента Орловкой области, в качестве которого рассматриваются соответствующие средние данные по конкретным параметрам 63-х аграрных производителей молока региона (61 сельхозорганизация и 2 функционирующих в статусе юридических лиц крестьянских (фермерских) хозяйства). Учитывая, что уровень конкурентоспособности персонала определяется его конкурентными преимуществами на конкретном рынке [3, с. 199], выявим конкурентные преимущества персонала субъектов молочного агробизнеса или их отсутствие.

Таблица 1

Конкурентоспособность персонала сельскохозяйственных организаций Орловской области, производящих молоко, 2016 г.*

Показатели	АО «Березки»	Среднестатистич. конкурент	ЗАО «Славянское»	ООО «Юпитер»	ЗАО «Куракинское»	ООО «им. Мичурина»
Исходные данные						
Среднегодовое поголовье коров, гол.	100	363	708	1061	330	465
Объем производства молока, ц	6855	17903	67196	76438	24750	22898

Показатели	АО «Березки»	Среднестатистич. конкурент	ЗАО «Славянское»	ООО «Юпитер»	ЗАО «Куракинское»	ООО «им. Мичурина»
Количество операторов машинного доения, чел.	3	12	16	15	16	18
Затраты труда, тыс. чел.-час.:	16	36	47	39	38	35
Выручка от реализации молока, тыс. руб.	13883	32232	154173	186980	53889	55227
Прибыль от реализации молока, тыс. руб.	3243	5798	77288	32939	11173	13142
Расчетные показатели конкурентоспособности операторов машинного доения						
Нагрузка в расчете на 1 оператора машинного доения, коров	33	28	39	45	21	32
Продуктивность 1 коровы, кг	6855	4929	9491	7204	7500	4924
Затраты труда, чел.-час.:						
- на 1 голову, чел.-час.	160,0	99,9	66,4	36,8	115,2	75,3
- на 1 ц молока, чел.-час.	2,26	2,03	0,70	0,51	1,54	1,53
Произведено молока, ц:						
- на 1 оператора машинного доения, ц	2285	1492	4200	5096	1547	1272
- на 1 чел.-час. затрат труда, ц	0,43	0,49	1,43	1,96	0,65	0,65
Получено приплода в расчете на 1 оператора машинного доения, гол.	43	33	53	74	32	28
Получено на 1 оператора машинного доения, млн руб.						

Показатели	АО «Березки»	Среднестатистич. конкурент	ЗАО «Славянское»	ООО «Юпитер»	ЗАО «Куракинское»	ООО «им. Мичурина»
- выручки	4,6	2,7	9,6	12,5	3,4	3,1
- прибыли	1,1	0,5	4,8	2,2	0,7	0,7
Получено на 1 чел.-час. затрат труда, руб.						
- выручки	868	895	3280	4794	1418	1578
- прибыли	203	161	1644	845	294	375
Среднемесячная заработная плата операторов машинного доения, тыс. руб.	23,7	19,0	21,2	15,3	16,3	12,7
Рентабельность реализации молока, %	30,5	21,9	100,5	21,4	26,2	31,2

*Источник: составлено и рассчитано авторами по данным годовой бухгалтерской отчетности субъектов агробизнеса

Судя по данным таблицы 1, анализ конкурентоспособности основного персонала сельскохозяйственных организаций-производителей молока позволяет сделать вывод о том, что более конкурентоспособным в 2016 г. по продуктивности молочного стада являются операторы машинного доения ЗАО «Славянское». Причем отставание операторов машинного доения других сравниваемых молокопроизводящих субъектов весьма значительное по этому показателю. В частности, по продуктивности коров операторы машинного доения АО «Березки» уступают персоналу лидера - ЗАО «Славянское», достигшему самого высокого удоя на одну корову на уровне почти 9500 кг почти на 28%, ЗАО «Куракинское» - на 21%, ООО «Юпитер» - на 24%, не говоря уже о среднестатистическом конкуренте Орловской области и ООО «им. Мичурина», продуктивность которых ниже более чем в 1,9 раза.

Операторы машинного доения АО «Березки» в 2016 г. достигли такого основного конкурентного преимуществ, как их среднемесячная заработная плата, уровень которой в 23,7 тыс. руб. превысил среднемесячную заработную плату операторов машинного доения ЗАО «Славянское» на 11,8%, занявшего вторую конкурентную позицию по этому параметру их конкурентоспособности. Третья конкурентная позиция была достигнута по этому показателю среднестатистическим конкурентом региона, уровень которого меньше, чем в АО «Березки» почти на 20%, а самая низкая конкурентная позиция – у ООО «им. Мичурина». Сделаем акцент на том, что в 2017 г. среднемесячная заработная плата операторов машинного доения АО «Березки» достигла уровня в 27,2 тыс. руб., что выше уровня 2016 г. почти на 15% и увеличило их конкурентные позиции по этому параметру, но на этом не следует останавливаться данному субъекту молочного агробизнеса.

Следует отметить, что операторы машинного доения АО «Березки» в 2016 г. заняли третью конкурентную позицию в сравнении с организациями-лидерами по большинству показателей, а именно ЗАО «Славянское» и ООО «Юпитер», по таким параметрам конкурентоспособности, как достигнутый уровень обслуживаемого поголовья коров, объем произведенного молока, полученных приплода. Полностью отсутствуют конкурентные преимущества у операторов машинного доения АО «Березки» по таким параметрам, как затраты труда в расчете на 1 голову

молочного стада и трудоемкость производства молока. Несомненным лидером по этим параметрам конкурентоспособности операторов машинного доения является ООО «Юпитер», показатели у которого ниже, чем в АО «Березки», в 4,3 и 4,4 раз соответственно, чему способствовал эффект масштаба, в частности, среднегодовое поголовье коров у него наибольшее – свыше 1000 голов, тогда как в АО «Березки» - всего 100 гол. Трудоемкость производства молока в ООО «Юпитер» составила всего 0,51 чел.-час./ц, что обусловило достижение и самого высокого уровня производительности труда среди сравниваемых молокопроизводящих организаций региона, но на это повлияло и достижение операторами машинного доения на каждую корову свыше 7000 кг молока.

Таким образом, можно сделать вывод, что операторы машинного доения АО «Березки», конечно же, при эффективном менеджменте управленческого персонала, достигли определенных конкурентных преимуществ и заняли достаточно устойчивую конкурентную позицию на рынке. Однако небольшие размеры молочного стада снижают их возможности в конкурентной борьбе по сравнению с другими молокопроизводящими субъектами. В этой связи, на наш взгляд, высшему руководству целесообразно принять соответствующее управленческое решение и начать опять наращивать поголовье коров, тем более в 2001-2002 годах среднегодовое поголовье коров было на уровне 180 голов, в 2003 – 184 гол., а в 2005-2007 гг. – 200 гол., то есть изначально производственные мощности были рассчитаны на большую загруженность поголовьем коров. Тогда можно рассчитывать, что затраты труда, трудоемкость производства молока могут снизиться, в свою очередь, это позволит увеличить производительность труда операторов машинного доения АО «Березки».

Кроме того, конкурентоспособность персонала целесообразно оценивать по таким важнейшим параметрам, как выручка и прибыль, полученные от реализации молока на 1 оператора машинного доения, 1 чел.-час. прямых затрат труда, а также уровень рентабельности реализации молока. Наибольшего уровня прибыли от реализации молока в расчете на 1 оператора машинного доения и 1 чел.-час. прямых затрат труда достиг персонал ЗАО «Славянское». Причем отставание операторов машинного доения других сравниваемых молокопроизводящих субъектов весьма значительное по этим показателям. Так, сумма прибыли, полученная ЗАО «Славянское» от реализации молока в расчете на 1 оператора машинного доения, превысила полученную прибыль в АО «Березки» в 4,4 и 8,1 раз, в ООО «Юпитер» - в 2,2 и 1,9 раз, в ЗАО «Куракинское» - в 6,9 и 5,6 раз, в ООО «им. Мичурина» - в 6,9 и 4,4 раз, среднестатистическим конкурентом региона - и того больше – в 9,6 и 10,2 раз соответственно. Следует акцентировать внимание на том, что неслучайно прием на работу в ЗАО «Славянское» осуществляется на конкурсной основе, так, на место оператора машинного доения претендуют не менее пяти человек [5, с. 284]. Это следует считать в том числе свидетельством конкурентоспособности работающих в данной организации операторов машинного доения. АО «Березки» по полученной выручке в расчете на 1 оператора машинного доения заняло тоже третью позицию после ООО «Юпитер» и ЗАО «Славянское», причем ООО «Юпитер» превзошел этот показатель в ЗАО «Славянское» на 46,2% из-за больших масштабов производства, в частности, поголовье коров превысило почти в 1,5 раза. По полученной прибыли от реализации молока операторы машинного доения АО «Березки» уступают лидерам уже в другой последовательности, то есть после ЗАО «Славянское» и ООО «Юпитер», а по рентабельности - после ЗАО «Славянское», у которого наивысший уровень, равный 100%, и ООО «им. Мичурина», достигшего второй позиции по данному параметру конкурентоспособности.

Ранжируем каждый показатель конкурентоспособности персонала всех сравниваемых субъектов молочного агробизнеса по занимаемой конкурентной позиции (1 – первая конкурентная позиция, 6 – последняя) и построим многоугольник конкурентоспособности операторов машинного доения (рис. 1).



Рис. 1 Многоугольник конкурентоспособности операторов машинного доения субъектов агробизнеса Орловской области, 2016 г.*
*Источник: составлено авторами

Данные рисунка 1 наглядно свидетельствуют о том, что из всех сравниваемых субъектов молочного агробизнеса операторы машинного доения ООО «Юпитер» занимали лидирующую конкурентную позицию по большинству показателей конкурентоспособности, а именно по восьми, и только по 4-м показателям уступили персоналу ЗАО «Славянское», причем по двум из них наблюдалось явное отсутствие конкурентных преимуществ по сравнению со всеми конкурентами. В свою очередь, операторы машинного доения ЗАО «Славянское» занимали лидирующую позицию по 5 показателям, а по 9 показателям – вторую конкурентную позицию, и ниже их показатели не опускались, так что их конкурентоспособность имела в 2016 г. более стабильный характер, чем в ООО «Юпитер». Операторы машинного доения АО «Березки», как и отмечалось выше, по большинству показателей занимали третью или более высокую позицию, а по показателям, связанным с завышенными затратами труда на производство молока, явно видно отсутствие конкурентных преимуществ.

Заключение. С целью повышения конкурентоспособности персоналу субъектов молочного агробизнеса необходимо предпринимать усилия по снижению затрат труда, сокращению трудоемкости производства продукции и, наоборот, росту производительности труда. Акцентируя внимание на значительном снижении доли ручного труда в пользу его интеллектуализации за счет применения высокой техники и технологий, в свою очередь, существенно изменяющих объём и структуру трудовых функций работников [10, с. 83], вышеуказанного легче будет достичь в молочном агробизнесе. Конкурентоспособность и эффективность организации в значительной степени определяется квалифицированностью кадрового состава и опытом его работы [6, 7]. Тем более в субъектах агробизнеса Орловской области в среднем производственным процессом занимается персонал, не имеющий специальных навыков, или они требуют обновления [9]. Несомненно, это особенно актуально

для персонала молочного агробизнеса в контексте целесообразности внедрения компьютеризации молочно-товарных ферм и комплексов и будет способствовать более лучшему контролю, повышению качества обслуживания поголовья молочного стада, росту его продуктивности, конкурентоспособности персонала и в целом субъектов молочного агробизнеса.

Литература

1. Андреева О.Н., Суровцева Е.С. Необходимость использования мотивации персонала в сельскохозяйственных организациях Орловской области // В сборнике: Перспективы развития аграрного сектора экономики. - Орел: изд-во Орел ГАУ. 2013. С. 615-618.
2. Берестнева Н.А., Кох М.Н. Конкурентоспособность персонала на предприятии // В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса. - Краснодар, 2017. С. 1395-1396.
3. Бычкова О.В. Факторы повышения конкурентоспособности персонала предприятия // В сборнике: Донецкие чтения 2016. Образование, наука и вызовы современности. – Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2016. С. 199-202.
4. Грудкина Т.И. Стратегия развития производства молока в крестьянских (фермерских) хозяйствах // Вестник Саратовского государственного технического университета. 2013. Т. 4. № 1 (73). С.313-317.
5. Грудкина Т.И. Трещева У.А. Эффективный кадровый менеджмент как фактор повышения конкурентоспособности производителей молока: региональный опыт // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 3. С. 284.
6. Дьяченко О.В. Проблемы и перспективы развития аграрного образования в России // В книге: Аграрная наука - сельскому хозяйству сборник статей. Барнаул: Алтайский ГАУ, 2016. С. 75-77.
7. Кравченко Т.С. Бизнес-планирование как инструмент современного менеджмента в АПК // Менеджмент в России и за рубежом. 2014. № 3. С. 54-59.
8. Портнова С.С., Портнова О.С., Грудкина Т.И. Конкурентоспособность управленческого персонала предприятий АПК // В сборнике: Экономический рост и тенденции развития АПК: теория и практика. – Орел: Изд-во ОрелГАУ, 2005. С. 211-213.
9. Сухочева Н.А., Ловчикова Е.И. Проблемы и перспективы подготовки кадров как стратегического направления // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2016. № 4. С. 107-111.
10. Храменкова А.О., Соколов Н.А., Дьяченко О.В. Особенности методики нормирования трудовых процессов в молочном скотоводстве, вызванные технико-технологическими инновациями // Таврический научный обозреватель. 2016. № 5-2 (10). С. 82-85.

МОТИВАЦИОННАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ И РИСК-ПОЗИЦИЯ РУКОВОДИТЕЛЯ КАК ПРИОРИТЕТНЫЕ ИМПЕРАТИВЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Л.И. Донец,

*кандидат экономических наук, профессор,
профессор кафедры экономики предприятия, ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

Аннотация: В статье раскрыты понятия мотивационной направленности и риск-позиции личности руководителя, рассмотрено их влияние на обоснование и принятие управленческих решений; предложен научно-методический подход к оценке эффективности управления персоналом с учетом мотивационной направленности руководителя и его риск-позиции.

Ключевые слова: эффективность управления персоналом, мотивационная направленность, риск-позиция руководителя.

Введение. Управление персоналом является одним из важнейших направлений в стратегии предприятия, поскольку в современных условиях хозяйствования роль человека возрастает, и требования к его способностям, уровню знаний и квалификации постоянно растут [1]. Действия руководства организации по обеспечению эффективного управления персоналом представляется весьма сложной задачей, так как они требуют системности, планомерности и динамичности управленческого воздействия в постоянно меняющихся условиях внешней и внутренней среды организации

Решение задач повышения эффективности управления персоналом требует обоснования и развития методического аппарата их формирования и совершенствования.

В контексте вышеизложенного важнейшим фактором следует считать создание эффективного мотивационного механизма эффективного управления персоналом, адекватного рыночному механизму хозяйствования, одним из отличительных признаков которого является наличие предпринимательского риска. Это объясняется тем, что управленческие решения принимаются в условиях неопределенности, когда из-за недостаточности информации очень трудно количественно оценить вероятность возможных результатов деятельности предприятия при решении новых, нетипичных проблем. Неопределенность характерна также для управленческих решений, которые приходится принимать руководителям в быстро меняющихся ситуациях. В этом случае выбор оптимальной альтернативы обоснования управленческого решения во многом зависит от индивидуальных особенностей руководителя, в частности от его отношения к риску.

Отсюда проблема эффективности управления персоналом в условиях неопределенности и риска в зависимости от мотивационной направленности руководителя приобретает самостоятельное теоретическое и прикладное значение как важная составная часть теории и практики управления персоналом.

Методы и организация исследования. При проведении научного исследования были использованы методы структурно-логического и семантического анализа (при обосновании категориального аппарата); системный и комплексный анализ (при исследовании особенностей принятия управленческих решений); матричный метод (при разработке научно-методического подхода к оценке эффективности управления персоналом с учетом мотивационной направленности руководителя и его риск-позиции).

Результаты и их обсуждение. Диагностика и прогнозирование эффективного управления персоналом является очень сложной и сегодня до конца нерешенной проблемой. Сложность в ее решении определяется, прежде всего, тем, что в условиях чрезвычайно быстрых экономических изменений очень трудно точно определить требования, определяющие эффективность управления персоналом в ситуациях, которые на текущий момент еще неизвестны и прогнозировать которые совсем непросто.

Руководитель, в силу своего статусно-ролевого положения принимает необходимые решения, связанные с подбором персонала, распределением заданий и делегированием полномочий, стимулированием трудовой активности персонала, контролем их выполнение, а также мотивирует своих рабочих [5].

Если рассматривать управленческий труд как труд, затрачиваемый на выполнение этих процессов, то можно заключить, что эффективность управления определяется не только внутренней структурной организацией, но и профессионально-грамотной дифференциацией функций руководителя каждого структурного подразделения.

В практике менеджмента возникает необходимость оценки эффективности работы не только аппарата управления или его подразделений, но и индивидуальной управленческой деятельности [6]. Оценка индивидуальной управленческой деятельности дает возможность определить не только качество работы, но и разработать эффективную

систему стимулирования, ответственности и санкций, а также решить ряд других вопросов, которые обеспечат повышение эффективности управления.

Определение эффективности индивидуальной управленческой деятельности имеет свою специфику, которая определяется ролью отдельных категорий работников в процессе управления производством. Одни и те же показатели не могут использоваться для оценки деятельности всех руководителей, так как стоящие перед ними цели и задачи, не одинаковы.

Учитывая тот факт, что управление персоналом при динамично изменяющихся условиях внешней и внутренней среды предприятия сопровождается появлением рискованных ситуаций, определенное влияние при обосновании и принятии управленческого решения имеет риск-позиция, присущая руководителю [4].

Поскольку управление риском представляет собой особый вид деятельности, направленной на снижение или полное устранение влияния его неблагоприятных последствий, то это допускает поиск компромисса между выгодами от уменьшения риска и необходимыми для этого затратами, а также принятие решение о том, какие действия для этого следует реализовать (включая отказ от определенных действий).

Предположим, что руководитель оценивает риск определенной операции как R и средний ожидаемый доход от операции, то есть эффективность E .

Рассмотрим функцию $f = f(R, E)$, которая относится к классу функций полезности. Любая линия уровня функции $f = f(R, E)$ описывает операции, которые являются равноприемлимыми для руководителя, поэтому эти линии называются кривыми безразличия.

В зависимости от отношения руководителя к риску функция $f = f(R, E)$ может монотонно возрастать, монотонно убывать или быть постоянной (рис. 1)

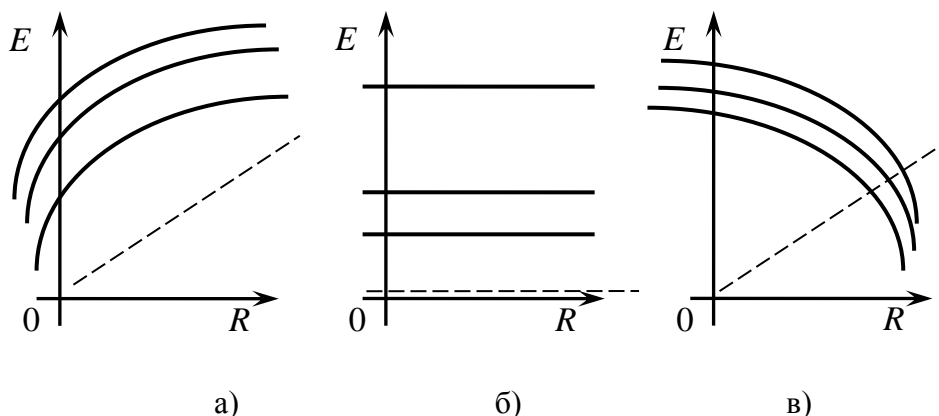


Рис. 1 Кривая безразличия [4]

Кривая безразличия, которая изображена на рисунке 1-а, соответствует неприятию риска: руководитель компенсирует увеличение риска увеличением дохода; кривая безразличия, которая изображена на рисунке 1-б, соответствует равнодушному отношению к риску; кривая безразличия, которая изображена на рисунке 1-в, соответствует приемлемому отношению к риску: руководитель считает, что ему повезет и предпочитает рискованные операции. Наиболее естественной считается поведение руководителя с неприятием риска.

Если функция $f = f(R, E)$ имеет вид

$$E = aR + b, \quad (1)$$

где a, b – параметры, то угол наклона $\alpha = \text{arctg} a$ прямой (1) характеризует отношение руководителя к риску.

Отношение руководителя к риску называется риск-позицией [4].

Условно выделяют три риск-позиции руководителя относительно риска: сбалансированная; агрессивная; консервативная. Характеристики каждой позиции представлены в таблице 1.

Таблица 1

Риск-позиции руководителя

Риск-позиция	угол наклона	Характеристика отношения к риску
Сбалансированная	$\alpha = \frac{\pi}{4}$	Руководитель осуществляет только те операции, в которых повышение рискованности компенсируется адекватным изменением доходности
агрессивная	$\alpha < \frac{\pi}{4}$	Руководитель склонна к проведению рискованных операций, даже если увеличение риска не вполне компенсируется соответствующим ростом дохода
консервативная	$\alpha > \frac{\pi}{4}$	Руководитель идет на повышение уровня риска только в том случае, если оно компенсируется относительно большим ростом доходности

Следует отметить, что каждая риск-позиция имеет свои преимущества и недостатки, поэтому выбор той или иной риск-позиции обусловлен особенностями финансового состояния предприятия и значимости для предприятия события, по поводу которого возникает рисковая ситуация, индивидуальными особенностями руководителя предприятия, его мотивами, ценностными ориентациями и др.

Мотивы являются относительно устойчивыми характеристиками личности, однако мотивация включает в себя не только мотивы, но и ситуативные факторы (влияние разных людей, специфика деятельности и ситуации). Такие ситуативные факторы, как сложность задачи, требования руководства, установки окружающих людей, сильно влияют на мотивацию человека в определенный промежуток времени. Ситуативные факторы динамические, легко меняются, поэтому существуют возможности влиять на них и на активность в целом. Интенсивность актуальной (действующей «здесь и теперь») мотивации включает силу мотива и интенсивность ситуативных детерминант мотивации [2; 9].

Устойчивую совокупность мотивов, которая определяет цели, стоящие перед руководителем, присущие ему стремления, которые выражаются через систему его отношение к другим людям, отношение к труду и его результатам, а также отношение к самому себе включает понятие мотивационной направленности.

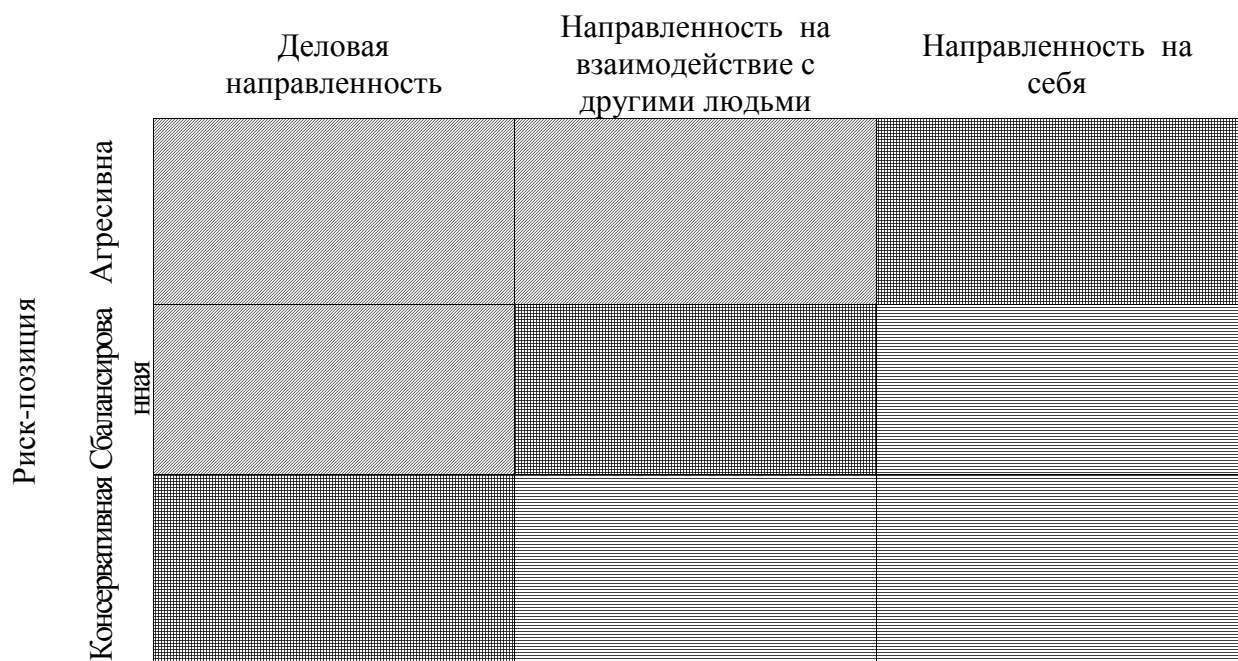
Н.Н.Обозов и Г.В. Щекин [7] выделяют три типа мотивационной направленности: направленность на себя; на взаимодействие с другими людьми и деловую направленность

Ориентация на себя характеризуется преимуществом мотивов личной выгоды, собственного благополучия, стремлением к первенству и престижа. Такой человек чаще всего бывает занят сам собой, своими чувствами, переживаниями и мало реагирует на потребности окружающих ее людей. В работе видит, прежде всего, возможность удовлетворить свои стремления, независимо от интересов других людей.

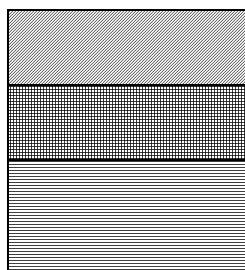
Ориентация на взаимодействие с другими людьми проявляется в потребности общения с людьми, желание поддерживать с ними хорошие отношения.

Деловая направленность или ориентация на выполнение задания отражает предпочтение мотивов, которые возникают как следствие заинтересованности работой, стремление к познанию, владение определенных умений и навыков.

Взаимодействие двух параметров: риск-позиции и мотивационной направленности руководителя – обуславливает эффективность управления персоналом. Автором предложен научно-методический подход к оценке эффективности управления персоналом с учетом мотивационной направленности руководителя и его риск-позиции, представленный матрицей на рисунке 2.



Условные обозначения:



- область относительно эффективного управления персоналом в условиях риска
- область средняя эффективность управления персоналом в условиях риска
- область неэффективного управления персоналом в условиях риска

Рис. 2 Научно-методический подход к оценке эффективности управления персоналом с учетом мотивационной направленности руководителя и его риск-позиции
Разработка автора

Руководители, обладающие деловой мотивационной направленностью и занимающие агрессивную или сбалансированную риск-позицию, способны эффективно управлять персоналом в условиях риска при обосновании управленческих решений. К области эффективного управления персоналом следует отнести также решения руководителей, обладающих мотивационной направленностью на взаимодействие с другими людьми и занимающие агрессивную риск-позицию.

К области средней эффективности управления персоналом отнесены решения руководителей с деловой мотивационной направленностью, которые занимают консервативную риск-позицию, руководителей с направленностью на взаимодействие с другими людьми, которые занимают сбалансированную риск-позицию, и с мотивационной направленностью на себя, которые занимают агрессивную риск-позицию.

Неэффективное управление персоналом в условиях риска при обосновании хозяйственных решений характерно для руководителей с направленностью на себя, которые занимают консервативную или сбалансированную риск-позицию, и с направленностью на взаимодействие с другими людьми, которые занимают консервативную риск-позицию.

Заключение. Повышение эффективности управления персоналом увеличивает разнообразие направлений и целей предприятия. Оно стимулирует людей на позитивное мышление, то есть предоставляет им возможность выйти из-под гипноза проблем и начать рассматривать ситуацию в свете благоприятных возможностей, перестать обращать

внимание на слабости и делать ставку на сильные, именно полезные и продуктивные качества. Если именно такие черты становятся характерными для той или иной организации, то она становится привлекательной для людей с высокими способностями и стремлениями, побуждает людей осознанному достижению лучших показателей в работе.

Поскольку обоснование решений при управлении персоналом осуществляется руководителями, то одним из ведущих факторов влияния на этот процесс следует выделить личностные особенности руководителя,

Мотивационная направленность руководителя и риск-позиция, которую он занимает при возникновении рискованной ситуации, выступают приоритетными императивами эффективного управления персоналом.

При оценке эффективности управления персоналом целесообразно рассматривать мотивационную направленность руководителя и его риск-позицию в синергетическом сочетании.

Литература

1. Балабанова Л.В. Стратегічне управління персоналом в умовах ринкової економіки: монографія / Л.В. Балабанова, О.В. Стельмашенко. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – 248с.

2. Горощенко В.В., Мотивация труда как фактор повышения эффективности управления персоналом / В.В. Горощенко // Вестник института экономических исследований 2017, № 3(7). – С.73-80

3. Донец Л.И. Статусно-ролевая концепция управления персоналом / Л.И.Донец // Материалы международной научно-практической конференции «Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право» / Севастопольский экономико–гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И.Вернадского» (Севастополь, 26-30 апр.2017г.). – Севастополь: СЭГИ, 2017. – С. 270-274

4. Донец Л.І. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків: Навч. посібник: [для студ. вищ. навч. закл.] / Л. І. Донец, О.В. Шепеленко, С.М.Баранцева, А.В. Сергеева, О.Ф. Веремейчик / під ред. Л. І. Донец — К.: ЦУЛ, 2012.- 472 с.

5. Калимуллин Д.М. Управление персоналом в период организационных изменений Основы экономики, управления и права / Д.М. Калимуллин, С.А. Саакян . – 2012. - №5 (5). – С.83-85

6. Мескон, Майкл Х.. Основы менеджмента : [Учебник]: Пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. - 3-е изд. - М.; СПб.; Киев : Вильямс, 2012. - 672 с.

7. Обозов Н.Н. Психология работы с людьми: советы руководителю / Н.Н.Обозов, Г.В. Щекин. – М.: МАУП, 2004. – 228с.

8. Ременников В. Б. Управленческие решения / В.Б.Ременников – [Электронный ресурс]. – URL: <http://refdb.ru/look/2305014-pall.html>

9. Фадеева И. Е. Системный подход к мотивации и управлению персоналом / И.Е.Фадеева, В. В. Богачков // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. 2015. № 4. – С.7-13

СУЩНОСТЬ И НЕОБХОДИМОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Н.В. Кислухина,

*ассистент кафедры математики, физики и информационных технологий
ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия»,
аспирант*

Аннотация. В данной статье изучены варианты трактовки понятия «ресурсный потенциал», представлена структура ресурсного потенциала предприятия, обозначена сущность и необходимость управления ресурсным потенциалом предприятия.

Ключевые слова: ресурсы, потенциал, ресурсный потенциал предприятия, управление.

Введение. В современных экономико-политических условиях, сложившихся в Донецком регионе, первоочередной задачей каждого предприятия является эффективное управление ресурсами, которыми они обладают, с целью получения максимальной отдачи от имеющихся возможностей. Возникает необходимость формирования теоретического и методического инструментария управленческого воздействия на ресурсный потенциал предприятий, чем обусловлена актуальность темы исследования.

Методы и организация исследования. Организация исследования основывается на изучении сущности и необходимости управления ресурсным потенциалом предприятия. Для этого были использованы общенаучные методы исследования социально-экономических явлений и процессов, которые позволили придать работе свойства обоснованности в полной мере.

Результаты и их обсуждение. В обеспечении эффективного функционирования предприятия важную роль играет рациональное управление его ресурсным потенциалом.

Рассматривая экономическую категорию «ресурсный потенциал» более детально, необходимо изучить сущность ресурсов предприятия в научных трактовках различных авторов.

По мнению Прохорова А.М., средства в виде запасов, ценностей, возможностей и доходов являются ресурсами [5].

В понятие «ресурсы» входит все то, что стимулирует экономическую деятельность. Например, ресурсы природного и людского характера; товары, которые используются в производстве или средства производства изготовленные человеком. Такое мнение в экономическом толковом словаре выразил Дж. Блэк. Поэтому он считает, что экономику можно назвать наукой о системе распределения ограниченных ресурсов между разными звеньями производства, в зависимости от возникающих целей [1].

Л.И. Абалкин рассматривает термин «ресурсы» как фундаментальное понятие экономической теории, означающее источники, средства обеспечения производства.

Другое значение данного термина дает Родников А.Н.: «Ресурсы – представляют собой части социально-экономической системы, явлений и процессов, применяемые в процессе производства и потребления и (или) факторы текущего производства: труд (инженеров, рабочих, специалистов, организаторов производства, управленцев), земля (леса, вода, запасы ископаемых), капитала (ОПФ, технологическое обеспечение, транспортные снабжение). Экономическая категория «ресурс» обозначает и продукцию и услуги непроизводственного назначения, а также предназначенные для личного пользования и потребления» [6].

Анализируя выше сказанное, можно сделать два вывода. Первый заключается в том, что ресурсы можно обозначить как «все необходимое юридическому или физическому лицу для удовлетворения личных потребностей или потребностей субъектов внешней среды». Второй вывод свидетельствует о том, что ресурсы (не зависимо от их классификации) ограничены, поэтому для руководителей предприятия возникает необходимость правильного управления ресурсным потенциалом субъекта хозяйствования, что предоставит возможности участия предприятия в конкурентной борьбе.

Взаимодействие предприятия с макро- и микроокружением происходит на всех стадиях производства, начиная от закупки ресурсов и заканчивая выпуском готовой продукции и ее сбытом. Исходя из этого, предприятию необходимо регулярно осуществлять анализ ресурсного потенциала. Значение этого понятия рассмотрим в сравнительной характеристике, данной различными учеными, приведенной в таблице 1.

Проведенный анализ литературных источников дал возможность сформулировать определение ресурсного потенциала как неиспользованного резерва материалов, мощностей производства, человеческих, интеллектуальных и финансовых ресурсов предприятия.

Сравнительная характеристика определений «ресурсный потенциал»

Автор	Формулировка определения «ресурсный потенциал»
Окорокова Л.Г.	Совокупность применяемых первичных элементов и объединение их для получения новых видов ресурсов. Является одной из качественных и объективных характеристик производства или, другими словами, способность предприятия выполнять технологические процессы производства, распределения товаров и услуг и приносить доходы [4].
Ковалев А.Н.	Имеющаяся совокупность природных, трудовых и материальных затрат, которые определяются количеством, качеством и внутренней структурой каждого имеющегося ресурса; это не только сложившаяся в пространстве и во времени ресурсы, но и потенциально-альтернативные ресурсы и источники их формирования, то есть качественно новые ресурсов, возможность использования которых научно обоснованна и их использование предусмотрено в рассматриваемом периоде весьма перспективно [2].
Стексова С.Ю.	Ресурсы, которые находятся в распоряжении хозяйствующих субъектов, показывающие реальные и потенциальные возможности системы в отношении целенаправленного функционирования предприятия с учетом внутренней и внешней среды [7].
Комаров М.А.	Это ресурсы, внутренне взаимосвязанная и обособленная совокупность информационных, вещественно-материальных и энергетических средств, а также самих работников, которые пользуются ими в процессе производства [3].
Тимофеев Р.А. Кулиш С.М.	Объединение потенциальных возможностей субъектов предпринимательской деятельности, которые направлены на максимальное удовлетворения потребностей, в процессе социально-экономических взаимоотношений по поводу оптимального и рационального использования ресурсов [8].

Изучение структуры ресурсного потенциала, состоящего из осязаемых и неосязаемых потенциалов, даст более углубленное понимание его сущности, поэтому рассмотрим ее детальнее.

Осязаемый потенциал состоит из материально-технического потенциала (способность предприятий решать свои масштабные производственные задачи), финансового потенциала (способность предприятия финансировать свою деятельность), кадрового потенциала (возможности определенной категории рабочих).

Неосязаемый потенциал предприятия состоит из технологического потенциала (технологическая подготовка производства, оборудования и технологии), пространственного потенциала (обеспечение комплексной реализации всех возможностей предприятия), протекционистского потенциала (направленный на защиту национального производителя), организационного потенциала (включающий совокупные возможности работников аппарата управления), управленческого потенциала (навыки и способности руководителей всех уровней менеджмента относительно создания надлежащих условий для развития социально-экономической системы предприятия), имиджевого потенциала (устойчивое представление клиентов, партнеров и общественности о престиже предприятия), временного потенциала (совокупность свойств, накопленных в процессе становления предприятия и обуславливающих её возможность к функционированию и

развитию в будущем), человеческого потенциала (все работники, выполняющие производственные или управленческие операции), информационно-коммуникационного потенциала (информационные ресурсы, информационные техники).

Исходя из выше сказанного, можно сделать вывод, что ресурсный потенциал предприятия является частью общественного производства, так как это не только совокупность потенциальных возможностей ресурсов, но и способность предприятия осуществлять процессы производства, распределения, воспроизводства товаров и услуг и приносить доходы.

Цели эффективного управления ресурсным потенциалом предприятия очень разнообразны, но основные из них изображены на рис. 1.

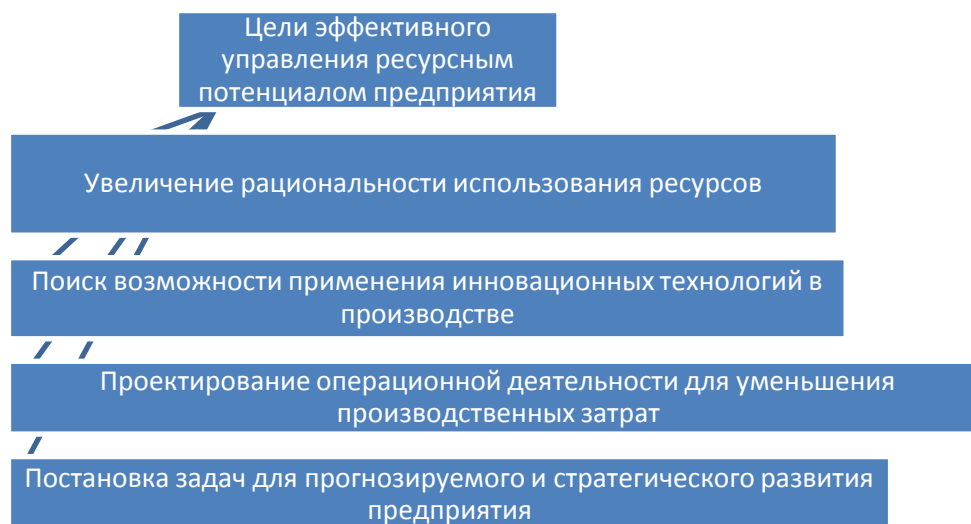


Рис.1 Цели эффективного управления ресурсным потенциалом предприятия

Из рисунка видно, что целью эффективного управления ресурсным потенциалом предприятия является поиск наиболее выгодного варианта применения имеющихся ресурсов в производстве, а так же поиск вариантов снижения финансово-экономических рисков субъекта хозяйствования.

Рациональное управление ресурсным потенциалом субъекта хозяйствования как элемент устойчивого развития предпринимательской структуры в сложных условиях зависит, преимущественно, от способности управленческого аппарата предприятия создавать условия для увеличения финансовых и производственных показателей деятельности. Для этого руководителям необходимо располагать точной, полной, оперативной, прогнозной информацией, которая даст возможность спрогнозировать заранее возможные последствия по усовершенствованию и воспроизводству ресурсного потенциала предпринимательской структуры, а так же его составляющих элементов.

В связи с этим увеличивается уровень значимости осуществления современного экономического анализа по показателям, которые характеризуют воздействие факторов модернизации на изменение в каком-либо направлении ресурсного потенциала современного предприятия, исследовать его сущность и выявить предпосылки и закономерности в развитии данной системы.

Существует три сформированные методики оценки ресурсным потенциалом предприятия:

- обобщающий показатель оценки;
- методика денежной оценки;

– корреляционно-регрессионная модель анализа.

Первая методика – обобщающий показатель оценки – предполагает возможность применения показателей статистических данных, которые используются для анализа ресурсного потенциала предпринимательской структуры. Другими словами использование агрегированных индексов.

Вторая методика – методика денежной оценки – заключается в умножении норматива компенсации выбытия одного работника за счет ресурсов основных фондов на среднегодовой показатель численности работников, которые заняты в основном производстве. При этом показатель оценки ресурсного потенциала в совокупности находят суммированием показателей денежных оценок, материально-технических, финансовых, информационных и трудовых ресурсов.

Третья методика – корреляционно-регрессионная модель анализа – способствует оценке ресурсного потенциала с помощью стоимости объема проданной продукции предприятия, выработанной предприятием товарной продукции, а так же оценки маржинального дохода. Соответственно, в ходе использования данной методики используются такие элементы, которые отражают экономическое и финансовое состояние предприятия, технологическую оценку основных производственных фондов, а также уровень руководства предприятия.

Заключение. В сложных экономико-политических условиях достоверная, полная и вовремя проведенная оценка ресурсного потенциала предприятия дает возможность улучшить и осуществить устойчивую основу для развития предпринимательской структуры. К факторам, определяющим успешную стратегию развития управления ресурсным потенциалом предприятия, можно отнести следующие: регулирование и уменьшение сроков принятия управленческих решений; принятие решений, которые будут согласованы с условиями окружающей среды; оптимизация информационного процесса внутри и вне предприятия.

Литература

1. Блэк, Дж. Экономика. Толковый словарь / Дж. Блэк. – Москва: ИНФРА-М, Издательство «Весь Мир», 2000. – 840 с.
2. Ковалев, А.Н. Ресурсный потенциал торговых организаций и эффективность его использования: автореферат дис. кандидата экономических наук: 08.00.05. – Белгород, 2004. – 23 с.
3. Комаров, М.А. Ресурсный потенциал экономического роста / под ред. М.А. Комарова, А.Н. Романова. – М.: Путь России, 2002. – 567 с.
4. Огорокова, Л.Г. Ресурсный потенциал предприятий / Л.Г. Огорокова. – СПб.: С-ПбГТУ, 2001. – 293 с.
5. Прохоров, А.М. Большой энциклопедический словарь / А.М. Прохоров. – М.: Советская энциклопедия, 1993. – 1632 с.
6. Родников, А.Н. Логистика: Терминологический словарь. – 2-е изд., испр. и дополн. – Москва: ИНФРА-М, 2000. – 352 с.
7. Стексова, С.Ю. Методология определения ресурсного потенциала строительного предприятия / С.Ю. Стексова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. – №4. – С. 83-86
8. Тимофеев, Р.А. Анализ тенденций развития и основные понятия, характеризующие ресурсный потенциал промышленного предприятия / Р.А. Тимофеев, С.М. Кулиш // Проблемы современной экономики. – 2009. – №2 (30). – С. 15-19.

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ

Я.В. Маслова,

ассистент кафедры управления персоналом

Института экономики и управления

НИУ «БелГУ»

Аннотация. Подготовка кадров высшей научной квалификации является важнейшим компонентом формирования кадрового потенциала инновационной экономики. Анализ процесса формирования кадрового потенциала организации на современном этапе приводит к выявлению противоречия между нарастающей потребностью современного общества и государства в кадрах высшей квалификации не только для науки и высшей школы, но и для высокотехнологичных отраслей экономики.

Ключевые слова: кадровый потенциал, персонал, экономика региона, управление кадровым потенциалом организации

Введение. Любая современная организация, в том числе и образовательная, представляет собой сложную социальную и техническую систему: с одной стороны, это - набор объектов и средств труда, а с другой – команда специалистов, объединенных для предоставления определенных услуг. Таким образом, понятие "трудовой потенциал" в широком смысле представляет собой навыки рабочих, которые могут использоваться для увеличения эффективности предприятия в различных сферах производства, для получения дохода или достижения социального успеха. Другими словами, это способности персонала организации, возможности определенной категории сотрудников, которые могут быть использованы в ходе трудового процесса согласно функциям персонала или трудовым обязанностям. В узком смысле понятие «трудовой потенциал» представляет собой набор физических и духовных качеств человека, определяющих возможность и границы его участия в трудовой деятельности, способность достигать определенных результатов. Структура кадрового потенциала организации представлена на рис. 1.

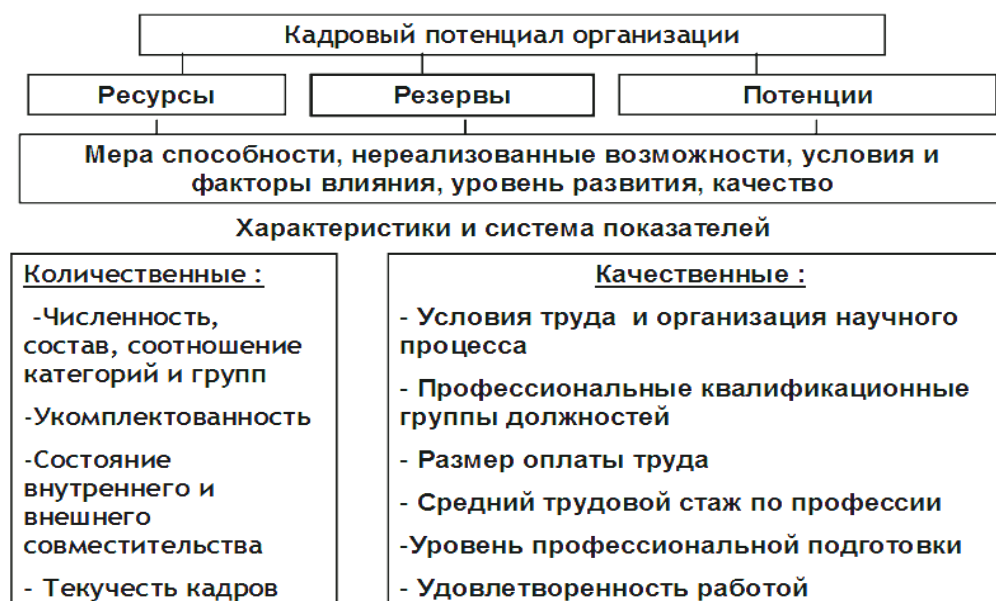


Рис. 1. Структура кадрового потенциала организации

Особенность структуры персонала в том, что эта величина не является постоянной: количественные и качественные характеристики персонала постоянно изменяются под

влиянием объективных факторов и различных административно-управленческих решений. Развитие кадрового потенциала персонала основано на подготовке и повышении квалификации персонала, развитию их трудовой карьеры, системе непрерывного образования, улучшении организационных структур и стиля управления [1].

Однако, стоит отметить, что многие организации не приемлют такой подход. В-первых, обучение рабочих «высокого качества» достаточно дорогостоящий процесс. И есть вероятность, что полученные знания не будут полностью использоваться, и потраченные средства для развития кадрового потенциала группы сотрудников не окупятся. Все это приводит к потребности постоянного контроля ситуации, предотвращения возможных отрицательных явлений систематическим административным воздействием на рабочих.

Результаты и их обсуждение. Управление кадровым потенциалом персонала должно способствовать оптимизации деятельности организации; поддерживать качественные специфические особенности, улучшение и развитие персонала. Разрабатывая программу развития персонала необходимо работать согласно концепции "долгосрочный потенциал персонала". Долгосрочный потенциал персонала включает рабочих, которые могут решить проблемы развития организации.

Все вышеуказанные проблемы формирования и развития кадрового потенциала негативно отражаются как на деятельности организаций, так и на экономике региона в целом. Организации научно-образовательной сферы должны концентрировать свое внимание на кадрах «высокого качества». С целью развития научно-образовательной составляющей региональной экономики и роста основных показателей необходимо проводить работу по формированию наукоемких кластеров, которая предполагает создание и приведение в жизнь региональных и межрегиональных программ помощи и содействия продвижения высококвалифицированных кадров. Работа таких организаций невозможна без качественной научно-технической базы, а также снижения административных барьеров и создания без коррупционных экономических механизмов стимулирования.

В Белгородской области научно-образовательная инфраструктура представлена следующими наиболее масштабными по своей деятельности организациями: технопарк «Высоких технологий» и «Центр инновационного консалтинга» (БелГУ), технопарк «Центр развития прогрессивных технологий в строительстве» (БГТУ имени В.Г. Шухова), Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, инновационный бизнес-инкубатор ОГУ «Белгородский региональный ресурсный инновационный центр».

По мнению автора, для Белгородской области наиболее целесообразной является стратегия – стимулирование развития региональных разработок, при всесторонней поддержке и мотивации представителей науки и высшего менеджмента, и, достижение лидерства в ведущих научно-технических секторах. Важно своевременно координировать направления и показатели измерения развития наукоемкого кластера с учетом особенностей региона (рис.2).

В целях построения эффективной системы взаимодействия организаций наукоемкой отрасли региона необходимо создание системы управления формированием и развитием наукоемкого кластера.

Заключение. Таким образом, реализация планов по развитию территориальных наукоемких кластеров позволит региону повысить конкурентоспособность и в значительной степени развить инновационную составляющую своей экономики. Согласно прогнозным данным Стратегии социально-экономического развития на период до 2025 года показатели развития инновационной составляющей экономики должны достигнуть следующего уровня:

- увеличение объема инновационной продукции из общего объема отгруженной продукции до 30%;
- рост инвестиций на научные исследования и разработки до 9%;
- увеличение доли занятых в малом бизнесе из общего числа работающих до 40%;
- увеличение патентов на объекты интеллектуальной собственности в 4,3 раза;

- увеличение удельного веса организаций, осуществляющих технологические инновации, в общем числе предприятий до 50 %.
- возрастание доли сектора экономики знаний и высоких технологий в валовом региональном продукте до 20%. [3, с. 153].

Ресурс - Партнерские отношения и сети: - измерение социального капитала; - количество сетевых институтов и т.п.	Ресурс – Человеческий капитал: - количество вакансий; - уровень образования и т.п.	Ресурс – Инновации и исследования: - объем затрат на исследования; - количество полученных грантов, патентов и т.п.	
Результат: - повышение эффективности и конкурентоспособности экономики региона - повышение эффективности сектора НИОКР - повышение производительности труда, максимализация прибыли, информатизация деятельности предприятий - повышение качества управления на всех уровнях, снижение коррупциогенности - повышение экономической активности и уровня жизни населения			
Оценка потенциала формирования наукоемкого кластера Белгородской области			
Критерии оценки	Глобальные	Макро-региональные	Локальные
Организация видов экономической деятельности	2-3 крупных компании глобального масштаба и несколько мелких и средних обслуживающих	Несколько крупных компаний	Несколько крупных, средних и много мелких компаний и организаций.
Виды экономической деятельности	Добыча полезных ископаемых, металлургическое производство, нанотехнологии	Сельское хозяйство, производство пищевых продуктов	Образование, развитие Белгородской интеллектуально-инновационной системы, строительство, производство прочих неметаллических изделий, машиностроение, здравоохранение, социальная защита

Рис. 2. Система оценки потенциала формирования наукоемкого кластера Белгородской области

На основании вышеизложенных фактов, можно сделать вывод, что в Белгородской области есть все условия для становления конкурентоспособной, региональной инновационной системы посредством формирования долгосрочного кадрового потенциала персонала наукоемкого кластера региона, который будет отвечать всем необходимым международным требованиям.

Литература

1. Латышева, М.А. Эконометрическое моделирование неравенства социально-экономического развития регионов РФ: диссертация. – Волгоград: Издание ВГУ, 2010. – 196 с.
2. Мороз, А.И. Социально-экономическое развитие региона: проблемы и пути их решения : монография / А.И. Мороз ; под ред. д-ра эконом. наук, проф., акад. НАНБ Г.М.Лыча. – Гродно : ГрГУ, 2007. – 258 с.
3. Стратегия социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года: официальный текст. – от 25 января 2010 г. №27-пп. – 258 с.

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ В ФОРМИРОВАНИИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

А.В. Меркулова,

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики, ГОУ ВПО «ДонАгрА»*

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы формирования кадрового потенциала предприятия на основе использования маркетинговых подходов. Определены основные проблемы, с которыми сталкиваются предприятия при формировании кадрового потенциала. Дана характеристика термина «маркетинг персонала». Представлены основные направления маркетинговой деятельности в области персонала, предложены пути покрытия потребностей предприятия в персонале, а также рассмотрены предъявляемые требования к персоналу современными организациями.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинг персонала, маркетинговая деятельность, потенциал, кадровый потенциал, рабочая сила.

Введение. Эффективность деятельности любой организации на прямую зависит от уровня квалификации и профессиональной подготовки персонала предприятия. Механизмом, с помощью которого предприятия приобретают способность эффективно реагировать на внешние и внутренние воздействия, гибко адаптироваться к их изменениям в соответствии с возникающими потребностями в персонале - является маркетинг. Возрастание роли маркетинга персонала обусловлено необходимостью взаимодействия между рынками рабочих мест, покупателями рабочей силы и самой рабочей силы, а также потребностью внутрифирменного кадрового планирования и регулирования, рационального использования кадрового потенциала.

Методы и организация исследования. Основная цель данной статьи заключается в определении степени значимости и роли маркетинговых подходов в формировании кадрового потенциала предприятия.

Анализ публикаций и исследований позволяет сделать вывод о том, что проблема формирования кадрового потенциала предприятия с использованием маркетингового инструментария является своевременной и актуальной.

Изучением данной проблемы занимается большое количество отечественных и зарубежных ученых, одними из которых являются: Бауэрсокса Д. Дж., Котлер Ф., Литвиненко Г.И., Никольская Е.Ю., Ялмаев Р. А. и многие другие, однако остаются вопросы требующие уточнения, дополнения, корректировки в соответствии со временем [1-4].

Результаты и их обсуждение. Маркетинг - философия рыночных отношений, определяющих экономическую жизнь. Необходимо рассмотреть систему основных понятий, чтобы обеспечить четкое, системное понимание о законах, категориях, направлениях в этой области, позволяющих определить возможность его организации и эффективного применения в области человеческих ресурсов с целью формирования кадрового потенциала предприятия.

Для определения роли и места маркетинга в области человеческих ресурсов необходимо принимать во внимание его зависимость от общего понятия "маркетинг", установить их связи и отношения. В настоящее время под маркетингом принято понимать систему внутрифирменного управления, а также специфическую управленческую функцию. Современные исследователи, считают, что маркетинг представляет собой систему взглядов, функцию координации коммерческой деятельности, философию бизнеса, процесс сбалансирования спроса и предложения, то есть рыночную концепцию управления организациями. Представляя собой самостоятельную концепцию, он оказывает активное влияние на принимаемые управленческие решения, организационную культуру

предприятий, стили управления компаниями, поведение персонала, т. е. на всю деятельность организации.

Успешное функционирование и развитие, конкурентные позиции предприятия напрямую зависят от правильно подобранного квалифицированного персонала, его профессиональной подготовки. С этой целью наряду с функциями планирования потребности в кадрах, их обеспечения и использования используется маркетинг персонала, применение которого приводит к росту кадрового потенциала за счет поиска и привлечения из внешних или внутренних источников необходимой рабочей силы.

Управленческая деятельность, направленная на долговременное обеспечение организации человеческими ресурсами представляет собой маркетинг персонала. Человеческие ресурсы создают стратегический кадровый потенциал, с помощью которого возможно решение стратегически важных задач.

Управление процессом создания трудового потенциала в результате выполнения функций кадрового планирования, заинтересованности работников, выбор и отбор кандидатов - все эти функции объединяются в технологии маркетинга персонала.

На сегодняшний день маркетинг приобрел универсальный, межотраслевой характер, что объясняет его применение в управлении персоналом. Маркетинговый подход предполагает выполнение ряда последовательных действий, способствующих, упрощающих продвижению на рынок товара, а именно:

- проведение маркетинговых исследований;
- определение спроса на товар;
- сегментирование рынка;
- ценообразование;
- маркетинговая коммуникационная политика.

Все, выше перечисленные мероприятия имеют место и используются в кадровом маркетинге, только специфику придает товар, над которым работает маркетинг персонала. В таком случае организация стремиться результативно, обеспечить вакансии на рынке труда. Маркетинг персонала делает акцент на взаимоотношениях организации с рынком труда, с рынком рабочей силы, с рынком рабочих мест, как внутри организации, так и за ее пределами. В результате, работники предприятия могут выступать в качестве внутренних клиентов, партнеров организации, от которых может зависеть достижение стратегических целей организации.

Маркетинг персонала выступает в качестве эффективного социально-экономического инструмента, способствующего сбалансированности потребностей субъектов внешнего и внутреннего рынков труда предприятия с целью достижения или повышения результативности деятельности предприятия и его конкурентоспособности.

К функциям маркетинга персонала можно отнести:

- изучение внешнего и внутреннего рынка работы предприятия;
- распределение работников с учетом определенных качественных и количественных нужд предприятия;
- выявление перспективных кандидатур на вакантные должности;
- своевременное и эффективное реагирование на нужды персонала предприятия;
- определение позиции службы управления персоналом, стратегических подразделения предприятия в принятии и реализации управленческих решений;
- повышение конкурентоспособности продукции, предприятия и персонала на внутреннем и внешних рынках.

Маркетинг персонала предполагает:

- стратегическое и оперативное планирование персонала;
- создание информационной базы для работы с персоналом с помощью методов исследования внешнего и внутреннего рынка труда;
- достижение привлекательности работодателя при помощи коммуникационных мероприятий.

Маркетинговая деятельность, в области персонала включают в себя следующие направления:

- разработку профессиональных требований к персоналу;
- определение качественной и количественной потребности в персонале;
- расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала;
- выбор источников и путей покрытия потребности в персонале.

Разработка требований к персоналу осуществляется на основании стратегии развития предприятия, штатного расписания, текущих и перспективных требований к должностям и рабочим местам. С учетом профессиональных стандартов и технологии работы формируется перечень требований к качественным характеристикам персонала.

От стратегии маркетинговой деятельности зависит выбор путей покрытия потребностей в персонале, она дает возможность организовать разработку профессиональных требований к персоналу и определить размер затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала.

В зависимости от потребности предприятия в кадровых ресурсах происходит формирование требований к персоналу со стороны работодателя. Определение потребности в персонале должно сопровождаться последовательной разработкой пакета необходимых документов, в которых будет отражена потребность в качественных характеристиках человеческих ресурсов, а также определено содержание труда на каждом рабочем месте. Характеристика содержания труда представляет собой заключительный этап, позволяющий сформировать состав требований к персоналу. Принимая работника на работу, работодатель хочет быть уверенным, что его труд будет иметь определенный результат. Непосредственное измерение результата деятельности сотрудника выражается, как правило, в качестве и своевременности выполнения им своих должностных обязанностей.

Современные условия, в которых происходит производственный или управленческий процесс, предъявляют повышенные требования к профессиональной роли, выполняемой каждым работником. Работник предприятия находится в условиях жесткой социализации, при которой эффективность его труда подвержена влиянию внешних и внутренних связей предприятия и ее подразделений. Вследствие чего работодатель предъявляет повышенные требования к профессиональному уровню работников. Выводы об уровне соответствия персонала предъявляемым требованиям могут быть сделаны в ходе периодической деловой оценки штатного персонала, кадрового аудита или его аттестации. Одним из способов решения данной проблемы является использование испытательного срока при приеме на работу, но, к сожалению, его временные рамки могут оказаться недостаточными для достоверной оценки потенциала работника.

Особенность маркетинга персонала заключается в том, что он ориентирован на удовлетворение требований обеих сторон трудовых отношений, что означает необходимость изучения и требований, которые потенциальные сотрудники предъявляют к работодателю. Учет этих требований стимулирует работодателей к корректировке кадровой политики предприятия таким образом, чтобы создать благоприятные условия и образ фирмы на внешнем и внутреннем рынках труда. Следствием этого должно стать повышение эффективности процесса найма и подбора персонала, снижение уровня текучести кадров и повышения удовлетворенности трудом. В результате возникает необходимость разработки достаточно полного перечня потенциальных запросов в организации, работодателей, из которых круг возможных претендентов может формировать состав и содержание своих ожиданий и предпочтений.

Работодатель должен уделить особое внимание процессу выявления запросов потенциальных и штатных сотрудников. При этом следует рассматривать эти запросы в двух направлениях: как существенные по конкретной организации и как преобладающие в целом на рынке труда. Выявление и изучение данных запросов возможно с помощью инструментария качественных и количественных маркетинговых исследований (статистический анализ, глубинные интервью, опросы и т.д.).

Результатом анализа запросов существующих и потенциальных работников должно стать формирование групп характеристик, на основании которых может быть проведена сегментация рынка труда.

Предъявляемые требования к потенциальному работодателю служат основой для разработки комплекса маркетинга персонала. Кандидатура на определенную должность выступает в данном случае в качестве клиента. Требования, предъявляемые им к потенциальному работодателю, и возможности различных фирм удовлетворять эти требования, с одной стороны, являются определяющими для принятия им решения о труде и, с другой стороны, является условием успешности маркетинговых мероприятий по привлечению персонала.

Маркетинг персонала принимает во внимание и концентрирует свои усилия не только в период привлечения работников на предприятие, но и учитывает потребности и запросы собственных работников предприятия, то есть применяется внутрифирменный маркетинг персонала.

Задачей внутрифирменного маркетинга персонала является выявление и учет качественных характеристик каждого работника, которые могут позволить ему покинуть предприятие и занять более благоприятные позиции в другом месте, а также создание благоприятных условий труда (производственный климат, возможности дальнейшего совершенствования, развития, карьерного роста, оплата труда и т.п.), которые способствовали бы сохранению и укреплению кадрового потенциала предприятия.

В зависимости от места распространения следует различать внешний и внутренний маркетинг персонала.

Внешний маркетинг персонала означает, что предприятие концентрирует свои усилия на внешнем рынке рабочей силы. Основной задачей маркетинга персонала является внешнее позиционирование предприятия, что означает передачу потенциальным кандидатам на вакансию позитивного настроения на организацию и обеспечения её необходимыми, профессионально пригодными сотрудниками.

Исследование внешнего рынка рабочей силы должно быть направлено так же на выявление новых проблем, которые в перспективе могут стать существенными.

Внутренний маркетинг персонала сфокусирован на работниках, уже занятых в организации, и подразумевает принятие во внимание и формирование следующих наиболее важных факторов привлекательности места работы:

1. диапазон задач и ответственности работника на конкретном рабочем месте;
2. возможность профессионального роста и реализация карьерных амбиций;
3. возможность обучения, повышения квалификации и переподготовки;
4. производственный климат в коллективе, организационная культура;
5. формирование системы мотивации и стимулирования трудовой деятельности.

Маркетинговая деятельность по покрытию потребностей предприятия в персонале предполагает последовательное выполнение следующих этапов:

- проведение маркетинговых исследований в сфере маркетинга персонала;
- анализ внутреннего и внешнего рынка рабочей силы;
- обоснование источников покрытия потребности;
- определение вариантов привлечения персонала;
- анализ источников и путей с точки зрения их соответствия требованиям качественных и количественных параметров потенциальных сотрудников, затрат, связанных с использованием того или иного источника и способов привлечения персонала;
- выбор варианта источников и путей покрытия потребностей в человеческих ресурсах;
- принятие кадрового решения.

Источниками привлечения персонала могут быть:

- учебные заведения;
- коммерческие учебные центры;
- консалтинговые фирмы по подбору персонала;

- профессиональные ассоциации и объединения;
- свободный рынок труда;
- собственные внутренние источники;
- международный рынок рабочей силы и т. д.

Определяют два вида путей покрытия потребности в персонале:

1. активные;
2. пассивные.

В качестве активных путей можно рассматривать следующие варианты:

- набор работников в учебных заведениях;
- заявки по вакансиям в центры занятости;
- услуги кадровых и консалтинговых агентств;
- вербовка нового персонала через сотрудников.

К пассивным путям покрытия потребности в персонале можно отнести:

- уведомление о вакантных местах на предприятии при помощи рекламы в средствах массовой информации и специальных изданиях;
- ожидание кандидатов в результате размещения объявлений местного характера.

Все выше перечисленные способы привлечения персонала относятся к внешним источникам покрытия потребности в кадрах.

В качестве внутренних источников удовлетворения потребности в персонале можно рассматривать следующие варианты:

- перемещение работников внутри структурных подразделений предприятия;
- в случае получения дополнительного образования или повышения квалификации карьерный рост;
- при дополнительном профессиональном обучении формирование новой функциональной роли сотрудника в рамках прежнего рабочего места.

Следует отметить, что работе по перемещению кадров должен в обязательном порядке предшествовать анализ практики реализации стратегии развития предприятия, организации труда, расстановки персонала, использования рабочего времени работников, в противном случае существует риск обратного эффекта.

Заключение. Таким образом, по результатам проведенного исследования, можно сделать выводы о том, что маркетинг персонала выполняет ряд основополагающих задач: изучение рынка, с целью выявления текущих и перспективных потребностей предприятия в количестве и качестве персонала; анализ и изучение реальных ситуаций развития предприятия, создании новых рабочих мест и требований к работникам; кадровый аудит, создание условий для устранения кадрового дефицита. То есть, маркетинг персонала выступает основой для системы формирования кадрового потенциала предприятия.

Однако, следует отметить, что применение маркетинговых механизмов в практике управления кадровым потенциалом предприятия не достаточно развит, так как большинство компаний, как правило не практикуют применение маркетинговых приемов при формировании кадрового потенциала, либо применяют его частично или ситуационно. Кроме того, в большинстве случаев подобные мероприятия носят ограниченный временной характер, и не работают на длительную перспективу.

Литература

1. Литвиненко Г.И. Кадровый маркетинг как эффективный инструмент взаимодействия внутреннего и внешнего рынков труда // Научный журнал КубГАУ. – 2017. - № 129 (05). – С. 1-12.
2. Никольская Е.Ю. Маркетинг персонала – формирование кадрового потенциала предприятия // Российское предпринимательство. - 2007. - Том 8. - № 5. - С. 171 - 176.
3. Никольская Е.Ю. Современные проблемы и перспективы развития гостиничного бизнеса // Путь науки. - 2015. - № 1(11). - С. 65 - 68.
4. Ялмаев Р. А. Маркетинг в деятельности кадровых структур // Молодой ученый. - 2015. - №24. - С. 630 - 632.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СРЕДСТВ ТРУДА В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Нежелченко Е.В.,

*доцент кафедры управления персоналом
Института экономики и управления НИУ «БелГУ»,
кандидат экономических наук*

Нежелченко Д.И.,

*магистрант, направление 38.04.02 Менеджмент
ФГБОУ ВО «БелГАУ им. В.Я. Горина»*

Аннотация. Целью проведенного исследования является разработка методики оценки эффективности использования средств труда в сельскохозяйственных организациях.

Ключевые слова: сельское хозяйство, экономическая оценка состояния и использования средств труда в сельскохозяйственных организациях, Белгородская область,

Введение. Научно обоснованная классификация факторов эффективности сельскохозяйственного производства позволяет определить роль, значение и характер влияния каждого из них на результативность хозяйственной деятельности, а также выявить связи между признаками, оказывающими влияние на эффективность, подойти к решению проблемы оценки эффективности сельскохозяйственного производства [1, 4]. Но на уровень эффективности сельскохозяйственного производства оказывает влияние большое количество факторов, и в настоящее время единой их классификации не существует.

Исходя из этого, наша задача состоит в том, чтобы на основе обобщения достижений отечественных и зарубежных экономистов выделить существенные факторы эффективности сельскохозяйственного производства и выявить их природу.

Методы и организация исследования. Белгородская область по многим важнейшим направлениям социально-экономического развития является признанным лидером в Центральном федеральном округе и России. Более 50 % всех сельскохозяйственных организаций Белгородской области представлены такой организационно-правовой формой собственности, как общество с ограниченной ответственностью. В 2015 году доля данной формы собственности составила 59,36 % или 130 предприятий.

В настоящее время в Белгородской области работают предприятия различных форм собственности. Нельзя противопоставить одну форму собственности другой. Важно, чтобы все предприятия в рыночных условиях хозяйствования развивали производство, своевременно выплачивали своим работникам заработную плату и положенные налоговые отчисления. Темпы экономической концентрации в сельскохозяйственных организациях Белгородской области характеризует тот факт, что за 2000-2015 годы средний размер посевной площади, приходящийся на одну сельскохозяйственную организацию, увеличился более чем в 2 раза [2].

Такие показатели эффективности использования основных средств в сельскохозяйственных организациях, как фондоотдача и фондоемкость находятся в прямо пропорциональной зависимости от размера финансовых результатов деятельности организаций.

В области отмечается большой удельный вес продукции животноводства в общем объеме продуктов сельскохозяйственных организаций, причем эта тенденция наряду с тенденцией общего роста объемов продукции сельского хозяйства достаточно благоприятная.

Сейчас в области активно проводится последовательная работа по созданию крупного, конкурентоспособного сельскохозяйственного производства. Привлечение значительных инвестиций, совершенствование управления сделали отрасль прибыльной. Из 219 сельскохозяйственных организаций Белгородской области в 2015 году 197, или 89,95%, получили прибыль в размере 43млрд285 млн.рублей. Наибольшее количество убыточных сельскохозяйственных организаций в Валуйском, Вейделевском и Красненском районах [2].

Самая важная проблема предприятия - изыскание необходимого количества финансовых ресурсов. Исследования показали, что наибольший удельный вес в общей сумме источников финансирования - заемные средства - 60,6 % в 2015 г., это свидетельствует о зависимости сельскохозяйственных организаций Белгородской области от внешних источников финансирования.

Таблица 1

Финансовая устойчивость и платежеспособность сельскохозяйственных предприятий

Показатели Районы	Соотношение заемных и собственных средств (нормальное значение меньше либо равно 100%)			Коэффициент автономии (доля собственных средств в валюте баланса)			Коэффициент маневренности (доля собственных оборотных средств к источнику собственных средств)		
	на конец 2015 г.	на конец 2014 г.	на конец 2013 г.	на конец 2015 г.	на конец 2014 г.	на конец 2013 г.	на конец 2015 г.	на конец 2014 г.	на конец 2013 г.
Белгородская область	0,650	0,526	0,501	0,394	0,345	0,334	-0,157	-1,401	-0,473
Алексеевский	0,224	0,178	0,227	0,183	0,151	0,185	-2,019	-3,004	-2,423
Борисовский	4,636	2,950	1,951	0,823	0,747	0,661	0,727	0,607	0,548
Валуйский	0,120	0,166	0,180	0,107	0,142	0,153	-3,564	-2,498	-2,397
Вейделевский	0,288	0,398	0,316	0,223	0,285	0,240	-1,805	-1,231	-1,855
Волоконовский	0,675	0,568	0,453	0,403	0,362	0,312	0,142	-0,105	-0,247
Грайворонский	0,195	-0,011	-0,020	0,163	-0,011	-0,021	-1,732	48,774	28,912
Губкинский	1,032	1,115	1,051	0,508	0,527	0,513	0,165	0,204	0,215
Ивнянский	0,411	0,448	0,533	0,291	0,309	0,348	-0,282	-0,252	-0,170
Корочанский	0,261	0,274	0,298	0,207	0,215	0,230	-0,206	-0,725	-0,642
Красненский	0,198	0,532	0,510	0,165	0,347	0,338	-2,319	-0,352	-0,340
Красногвардейский	1,798	1,019	0,828	0,643	0,505	0,453	0,329	0,049	-0,016
Краснояржский	0,526	0,447	0,368	0,345	0,309	0,269	-0,253	-0,673	-1,034
Новооскольский	1,394	0,590	0,586	0,582	0,371	0,370	0,108	-0,428	-0,509
Прохоровский	0,818	0,891	0,903	0,450	0,471	0,474	0,310	0,289	0,216
Ракитянский	6,013	6,720	6,531	0,857	0,870	0,867	0,515	0,550	0,468
Ровеньский	0,995	0,783	0,628	0,499	0,439	0,386	-0,274	-0,477	-0,762
Старооскольский	0,927	0,655	0,613	0,481	0,396	0,380	-0,312	-0,545	-0,660
Чернянский	1,479	1,538	1,036	0,597	0,606	0,509	0,033	0,095	-0,181
Шебекинский	0,716	1,131	3,783	0,417	0,531	0,791	-0,075	0,300	0,324
Яковлевский	0,789	0,765	0,488	0,441	0,433	0,328	-0,062	0,030	-0,740
Белгородский	0,845	0,627	0,541	0,458	0,385	0,351	-0,144	-0,430	-0,382
г. Белгород	0,890	0,775	0,800	0,471	0,437	0,444	-0,498	-0,753	-0,657

Рассчитанные коэффициенты в таблице 1 говорят о том, что перед нами сельскохозяйственные организации, которое не в состоянии самостоятельно обеспечить формирование затрат и запасов, а значит, в сельскохозяйственных организациях Белгородской области нет достаточного капитала для того, чтобы сформировать не только необоротные, но и текущие активы.

Парк основных видов техники в сельскохозяйственных организациях Белгородской области в 2015 г. представлен такими видами как тракторы, культиваторы, сеялки, комбайны и другие. В целом результаты исследования свидетельствуют об их количественном сокращении на протяжении последних лет. Однако, несмотря на снижение обеспеченности техникой сельскохозяйственного производства, не наблюдается резкого падения энергообеспеченности. Это связано с тем, что новая техника, поступающая на вооружение сельскохозяйственных товаропроизводителей, более энергонасыщенная, чем выбывающая. Более мощная техника позволяет не только выполнять энергоемкие операции (вспашку, культивацию), но и использовать широкозахватные комбинированные агрегаты на остальных технологических операциях, что снижает затраты топлива и трудоемкость.

Таблица 2

Стоимость, ввод в действие, степень износа и удельный вес полностью изношенных основных фондов в сельскохозяйственных организациях

Показатели	годы		
	2013	2014	2015
Стоимость основных фондов на конец года, млн.руб.	130202149	139008094	158545495
Ввод в действие основных фондов за год, млн. руб.	23251689	15579311	23473766
Степень износа основных фондов на конец года, в %	27,48	31,40	36,20
Удельный вес полностью изношенных основных фондов на конец года, в %	4,79	4,45	2,93

Проблема необходимости ускорения воспроизводства вытекает из ухудшающихся из года в год показателей износа основных фондов. Спрос на сельскохозяйственную технику формируется исключительно из-за уровня обеспеченности сельскохозяйственных организаций финансовыми ресурсами или уровня доступности кредитных ресурсов.

С помощью рейтингового анализа нами был осуществлен сравнительный анализ эффективности использования ресурсного потенциала сельскохозяйственными предприятиями Белгородской области сгруппированным по районам области. Сельскохозяйственные предприятия, расположенные в Прохоровском, Яковлевском и Ивнянском районах Белгородской области имеют достаточно близкие значения рассчитанных коэффициентов. Однако, для более достоверной оценки эффективности сельскохозяйственных организаций важен комплексный подход, заключающийся во всесторонней характеристике эффективности сельхозпроизводства.

В соответствии с разработанной методикой, решение этой задачи осуществляется с помощью метода «тепловой» зависимости одного результативного показателя от других. А затем проведена группировка сельскохозяйственных предприятий по размеру прибыли [3].

С помощью метода группировки районы области были разбиты на 4 группы по количеству прибыли до налогообложения в расчете на одного среднегодового работника. Была выявлена закономерность, что с ростом прибыли до налогообложения в расчете на одного работника происходит рост основных технико-технологических показателей.

Группировка сельскохозяйственных организаций Белгородской области
по размеру прибыли в расчете на 1 работника, 2015 г.

Группы	Интервал значений	Кол-во районов / предприятий	Районы
I группа	свыше 2000 тыс.руб. прибыли до налогообложения в расчете на 1 работника	2/20	Прохоровский, Яковлевский
II группа	от 1000 до 2000 тыс.руб. прибыли до налогообложения в расчете на 1 работника	4/46	Ивнянский, Борисовский, Красногвардейский, г. Белгород
III группа	от 0 до 1000 тыс.руб. прибыли до налогообложения в расчете на 1 работника	13/118	Ракитянский, Корочанский, Грайворонский, Старооскольский, Новооскольский, Алексеевский, Белгородский, Краснояружский, Ровеньский, Шебекинский, Волоконовский, Губкинский
IV группа	менее 0 тыс.руб. прибыли до налогообложения в расчете на 1 работника	3/25	Валуйский, Вейделевский, Красненский

Российским законодательством предусмотрены критерии распределения субъектов предпринимательства на микро, малые, средние и крупные предприятия. Совокупность анализируемых предприятий Белгородской области составила 219 единиц. Организации были разделены на 4 группы.

Наибольшую долю в общей сумме сельскохозяйственных организаций Белгородской области занимают малые группы (68 организаций) – 31,1% и средние группы (63 организации), доля которых от общего числа составляет 28,8%. Микро предприятия представлены 47 сельскохозяйственными организациями на долю которых приходится 21,5% от общего их числа. Самой малочисленной группой является последняя – крупная, которая включает в себя 39 организаций или 17,8%.

При проведении анализа были выделены следующие технико-экономические показатели сельскохозяйственных организаций: среднемесячная заработная плата в расчете на 1 работника, прибыль на 1 га сельскохозяйственных угодий, фондообеспеченность, фондоотдача, фондоемкость, фондовооруженность, а также группа показателей, характеризующих движение и состояние основных средств в организациях разной размерности. Таким образом, из всех рассматриваемых нами групп и выделенных внутри них подгрупп технико-экономические показатели наиболее результативные в средней группе. Менее эффективно используются ресурсы в микро и малых группах.

Анализ показал, что мелкие предприятия не всегда располагают необходимыми средствами для эффективного предпринимательства, если не имеют больших объемов производства. С ростом основных средств в расчете на 1 сельскохозяйственное предприятие увеличивается и степень обеспеченности работников средствами труда в группах. В расчете на 1 рубль основных средств приходится разный объем выручки, хотя в целом соблюдается положительная зависимость между выручкой и фондами. Показатели средних и крупных хозяйств имеют заметное преимущество.

Таблица 4

Технико-экономические показатели деятельности сельскохозяйственных организаций
Белгородской области разной размерности
(в расчете на 1 сельскохозяйственное предприятие)

Предприятия	Прибыль на 1 работника, тыс.руб.	Рентабельность деятельности, %	Рентабельность продаж, %	Фондорентабельность, %	Среднемесячная зарплата на 1 работника, руб.	Выручка на 100 га с.х. угодий, тыс.руб.	Производительность труда, тыс.руб.	Фондовооруженность, тыс.руб.	Фондоотдача, руб.	Фондоёмкость, руб.	Кэффициент обновления, %	Кэффициент выбытия, %	Кэффициент износа, %	Кэффициент проста основных фондов, %
Микро до 15 чел. (47 организаций)	191,63	16,81	13,63	3,83	13554,47	2516,76	1406,37	5008,65	0,281	3,561	1,53	0,58	52,88	0,94
Малые 16-50 чел. (36 организаций)	731,13	50,97	38,33	35,79	20549,48	4083,05	1907,37	2042,95	0,934	1,071	36,15	3,11	24,05	33,04
Малые 51-100 чел. (32 организации)	860,52	55,87	34,40	36,67	20784,87	7038,83	2501,42	2346,36	1,066	0,938	10,73	2,79	25,80	7,94
Средние 101- 150 чел. (32 организации)	1113,45	53,68	32,27	44,09	22850,28	9683,67	3450,58	2525,37	1,366	0,732	10,45	9,92	36,85	0,53
Средние 151- 200 чел. (20 организаций)	1367,23	53,69	35,88	44,46	29265,61	9652,71	3810,34	3075,08	1,239	0,807	9,27	4,06	42,52	5,21
Средние 201- 250 чел. (11 организаций)	1056,60	45,97	29,49	37,38	24933,14	7461,12	3583,02	2826,43	1,268	0,789	10,53	2,67	26,23	7,86
Крупные свыше 251 чел. (39 организаций)	703,85	30,05	21,11	24,62	26481,47	19001,57	3333,44	2858,60	1,166	0,858	13,05	2,00	31,39	11,06

Результаты и их обсуждение. Среди сельскохозяйственных организаций всех групп имеются представители с разным уровнем экономики. Существующие различия обуславливают необходимость разработки мероприятий по технической модернизации сельского хозяйства, предусматривающих сближение районов по темпам производственной деятельности.

Таблица 5

Технико-технологические показатели

Показатель	Принцип вычисления
Технико-технологическое развитие ($k_{тр}$)	Производительность труда, отнесенная к лучшему аналогичному показателю среди хозяйств
Техническая оснащенность ($k_{то}$)	Фондоотдача, отнесенная к лучшему аналогичному показателю среди хозяйств
Техническая годность ($k_{гг}$)	Коэффициент износа основных фондов на конец года отнесенная к наименьшему аналогичному показателю среди хозяйств

Для позиционирования сельскохозяйственных организаций районов Белгородской области с учетом значения коэффициента можно провести группировку по трем группам:

- $k \leq 30\%$ – низкое;
- $30\% < k \leq 60\%$ – среднее;
- $60\% < k \leq 100\%$ – высокое.

Согласно представленной оценке технико-технологического развития сельскохозяйственного производства, всем коэффициентам присваиваются значения от 0 до 100%, полученные расчетным путем на основании формул. Таким образом, предложенная методика, способна классифицировать сельскохозяйственные организации Белгородской области по уровню модернизации технической базы, определить слабые места, и позволяет обосновать направления государственной поддержки.

Проводя оценку с использованием предложенной методики, органы управления сельским хозяйством федерального и регионального уровня могут принимать обоснованные решения по использованию различных механизмов повышения конкурентоспособности АПК и стимулированию технической модернизации сельского хозяйства на уровне регионов.

Проведенный анализ технико-экономических показателей сельскохозяйственных организаций Белгородской области позволяет сделать выводы, что их эффективность зависит от ряда факторов. Поэтому, при оценке эффективности использования средств труда в сельскохозяйственных организациях предлагаем использовать следующую группу показателей.

1. Социальная эффективность представлена социальной политикой, проводимой в сельскохозяйственных организациях, которая, в свою очередь, во многом определяет как социальную сферу, так и экономическую. При хорошо развитой социальной сфере будет высоким уровень жизни сельскохозяйственных работников и, вследствие этого, экономический сектор также будет развиваться.

Коэффициент социальной эффективности в сельскохозяйственных организациях Белгородской области рассчитаем по следующей формуле:

$$K_{с.э.} = \left(\frac{\text{средняя}^3_{п} \text{СХО по обл.}}{\text{среднемесячная стоимость соц.пакета на человека}} + \frac{\text{МРОТ}}{\text{среднемесячная стоимость соц.пакета на человека}} \right) : 2 + \left(\frac{\text{средняя}^3_{п} \text{ по пред.}}{\text{средняя}^3_{п} \text{ по отрасли}} + \frac{\text{средняя}^3_{п} \text{ по пред.}}{\text{МРОТ}} \right) : 2 : 2$$

Где вторая часть формулы представлена коэффициентом социальной доступности:

$$K_{с.д.} = \left(\frac{\text{средняя}_{\text{п}}^{\text{з}} \text{ по пред.}}{\text{средняя}_{\text{п}}^{\text{з}} \text{ по отрасли}} + \frac{\text{средняя}_{\text{п}}^{\text{з}} \text{ по пред.}}{\text{МРОТ}} \right) : 2$$

2. Немаловажным фактором в эффективности производственной деятельности является результативность управления. Для расчета индекса общей эффективности управленческого труда в сельскохозяйственных организациях Белгородской области воспользуемся расчетом следующих его составных показателей.

Индекс экономичности аппарата управления ($U_{эж}$) определяется по формуле:

$$U_{эж} = \frac{U_{ро} + U_{зу} + U_{ур} + U_{зв}}{4}$$

Где составляющими экономичности аппарата управления являются:

- $U_{ро}$ - индекс роста удельного веса работников аппарата управления в общей численности работников;
- $U_{зу}$ – индекс роста оплаты труда управленческого персонала в общем фонде по предприятию
- $U_{ур}$ – индекс роста управленческих расходов в стоимости валовой продукции
- $U_{зв}$ - индекс роста оплаты труда управленческого персонала в стоимости валовой продукции

Следующей составной частью формулы эффективности управленческого труда является индекс результативности аппарата управления.

Индекс результативности аппарата управления ($U_{р}$) определяется по формуле:

$$U_{р} = \frac{U_{ву} + U_{вз} + U_{вр}}{3} - (K_{отч} - K_{баз})$$

Где составляющими результативности аппарата управления являются:

- $U_{ву}$ – индекс роста производства валовой продукции на работника аппарата управления;
- $U_{вз}$ - индекс роста производства валовой продукции на 1 руб. оплаты труда управленческого персонала;
- $U_{вр}$ - индекс роста производства валовой продукции на 1 руб. расходов на содержание аппарата управления;
- $K_{отч}$ – коэффициент окупаемости отчетного периода;
- $K_{баз}$ - коэффициент окупаемости базисного периода.

Таким образом, имея два суммарных индекса - экономичности и результативности аппарата управления, можно рассчитать индекс общей эффективности управленческого труда ($U_{эф}$):

$$U_{эф} = U_{р} + (1 - U_{эж})$$

Особенность этих индексов заключается в обратной пропорциональности их значений, то есть, чем меньше значение индекса экономичности аппарата управления ($U_{эж}$) и чем больше второго ($U_{р}$), тем выше общий результат оценки общей эффективности управленческого труда.

3. Большое значение для оценки эффективности использования трудовых ресурсов на предприятии в условиях рыночной экономики имеет показатель рентабельности персонала.

$$R_{п} = \frac{\text{Расходы на персонал (в расчете на 1 работника)}}{\text{Прибыль от продаж (в расчете на 1 работника)}} \times 100\%$$

Поскольку прибыль зависит от рентабельности продаж ($Pr_{п}/V = Ro_{б}$), доли выручки в стоимости выпущенной продукции ($V/ВП = UR$), среднегодовой выработки продукции одним работником в действующих ценах ($ВП/ЧР = GB$), то факторная модель прибыли от продаж в расчете на 1 работника будет иметь вид:

$$Pr_{п}/ЧР = ВП/ЧР \times V/ВП \times Pr_{п}/V = GB \times UR \times Ro_{б}.$$

Данная модель позволит установить, насколько изменится прибыль на одного работника за счет уровня рентабельности продаж, удельного веса выручки в общем объеме произведенной продукции и производительности труда.

4. Между качеством и эффективностью производства существует прямая связь. Повышение качества способствует повышению эффективности производства, приводя к снижению затрат и повышению доли рынка.

Велика роль установления правильного, экономически обоснованного соотношения закупочных цен на разные виды сельскохозяйственной продукции, так как это способствует рациональному развитию производства в соответствии с потребностью народного хозяйства.

Важнейший принцип ценообразования - стимулирование улучшения качества продукции. Экономическая сущность его состоит в том, чтобы возместить закупочными ценами дополнительные расходы на производство продукции лучшего качества.

Интегральный показатель качества реализуемого сырья рассчитывается по каждому виду продукции в отдельности по формуле:

$$K_{кс} = \left(\frac{\text{Средняя цена реализации 1ц сырья по предприятию}}{\text{Средняя цена реализации 1ц по области}} + \frac{\text{Средняя цена реализации 1ц сырья по предприятию}}{\text{Цена реализации 1ц высшего сорта}} \right) : 2$$

Как показали расчеты интегрального показателя качества реализуемого сырья основных видов продукции растениеводства сельскохозяйственных организаций Белгородской области, в более 80% предприятиях цена реализации сырья на 10-20% ниже средней цены реализации по области. Что отрицательно характеризует качественные характеристики продукции.

5. Не менее эффективным, на наш взгляд, будет и подход, где оценка результативности производственно-хозяйственной деятельности проводится на основе анализа степени достижения запланированных показателей всей производственной деятельности предприятия. Результативность производственно-хозяйственной деятельности характеризует уровень достижения целей как условия для достижения организацией необходимых результатов.

Для оценки результативности производственно-хозяйственной деятельности по данному подходу целесообразно использовать методику индексного нормирования оценки результативности. В соответствии с моделью индексного нормирования оценки результативности вся совокупность ключевых показателей в рамках производственно-хозяйственной деятельности преобразуется из абсолютных значений в относительные, а именно – в цепные темпы роста данных показателей.

В этом заключается «динамическая» компонента модели, то есть при измерении результативности производственно-хозяйственной деятельности акцент делается на величине приращения данного показателя, а не на его достигнутом абсолютном уровне. Кроме того, это позволяет произвести «свертывание» разноразмерных показателей. Нормативность модели индексного нормирования оценки результативности заключается в том, что желательные уровни изменения показателей результативности, а следовательно, и их приоритетность устанавливаются субъектом управления посредством ранжирования всей совокупности показателей по принципу предпочтительности темпа роста данного показателя в системе.

Ранжирование позволяет выразить динамику показателей в их взаимном отношении, т. е. позволяет оценить свойство системы, которое ни одним из показателей в отдельности оценено быть не может.

Сложность применения модели индексного нормирования оценки результативности заключается в определении перечня показателей для оценки результативности производственно-хозяйственной деятельности.

Мы предлагаем использовать следующие показатели результативности для сельскохозяйственных организаций, представленные в таблице 6 с учетом технико-технологической модернизации.

Таблица 6

Ранжирование фактических показателей результативности сельскохозяйственных предприятий Белгородской области

Показатель результативности	Эталон	Год		
		2013	2014	2015
Производительность труда, тыс.руб.	1	2468,18	2843,82	3188,59
Среднемесячная заработная плата, руб.	2	21851	22796	26001
Удельный вес затрат на производство в стоимости выпущенной продукции, %	3	77,37	86,12	74,07
Произведено продукции за 1 чел.-час., тыс.руб.	4	1327,82	1540,14	1730,95
Получено прибыли на 100 га с.-х. угодий, тыс.руб.	5	2159,23	1254,47	3605,48
Получено прибыли на 1 работника, тыс.руб.	6	463,11	266,43	758,66
Фондоотдача, руб.	7	1,083	1,143	1,181
Фондовооруженность, руб.	8	2279,10	2488,77	2699,19
Рентабельность продаж, %	9	22,87	13,91	25,92
Рентабельность деятельности организации, %	10	21,08	10,46	26,26

Проведем ранжирование показателей по темпам роста. Ранжирование проведено на основе динамики показателей в 2013–2014 гг. (табл. 7).

Таблица 7

Ранжирование фактических показателей результативности по темпам роста

Показатель результативности	Эталон	2014 г.		2015 г.	
		Темп роста	Ранг	Темп роста	Ранг
Производительность труда, тыс.руб.	1	1,152	1	1,121	7
Среднемесячная заработная плата, руб.	2	1,043	6	1,141	5
Удельный вес затрат на производство в стоимости выпущенной продукции, %	3	1,113	3	0,860	10
Произведено продукции за 1 чел.-час., тыс.руб.	4	1,160	2	1,124	6
Получено прибыли на 100 га с.-х. угодий, тыс.руб.	5	0,581	8	2,874	1
Получено прибыли на 1 работника, тыс.руб.	6	0,575	9	2,848	2
Фондоотдача, руб.	7	1,055	5	1,033	9
Фондовооруженность, руб.	8	1,092	4	1,085	8
Рентабельность продаж, %	9	0,608	7	1,863	4
Рентабельность деятельности организации, %	10	0,496	10	2,511	3
Коэффициент ранговой корреляции по отклонениям Коткл		0,64		-0,26	
Коэффициент ранговой корреляции по инверсиям Кинв		-0,12		0,82	
Результативность, Р		0,36		0,33	

Математически обеспечить измерения близости двух ранговых упорядочений темпов роста (эталонного и фактического) позволяют коэффициенты ранговой корреляции Спирмена (по отклонениям) и Кендалла (по инверсиям). При помощи этих коэффициентов

можно оценить близость одного рангового ряда к другому, принятому за эталон, на интервале от +1 до -1. Положительные значения оценок данных коэффициентов корреляции характеризуют такой режим системы, при котором продолжается рост уровня реализации функций. Отрицательные значения тех же оценок отражают ситуацию, когда режим системы начинает действовать против уровня реализации функций, снижать его.

Рассчитаем коэффициент ранговой корреляции по отклонениям (Спирмена) по следующей формуле:

$$K_{откл} = 1 - 6x \frac{\sum d_t^2}{n \times (n^2 - 1)}$$

где n – количество значений переменных;

$\sum d_t^2$ – сумма квадратов разностей рангов.

Оценка, построенная на отклонениях, характеризует объемную сторону изменения результативности при данном режиме. Объемная сторона функции производственно-хозяйственной деятельности выражает качество деятельности как специфический и самостоятельный признак режима работы целой системы. Рассчитаем коэффициент ранговой корреляции по инверсиям (Кендалла) по формуле:

$$K_{инв} = \frac{4R}{n \times (n - 1)} - 1$$

где n – количество значений переменных;

R – сумма рангов.

Оценка, построенная на инверсиях, определяет структурную динамику конечных результатов производственно-хозяйственной деятельности. Оценка структурной стороны режима производственно-хозяйственной деятельности показывает эффективность сравниваемых режимов. Обобщенная оценка результативности, полученная на основании двух оценок корреляции (по отклонениям и по инверсиям), определяется по формуле:

$$P = \frac{(1 + K_{откл}) \times (1 + K_{инв})}{4}$$

Коэффициент P меняется в диапазоне от 0 до 1. Совпадение фактического и заданного в динамическом нормативе порядка показателей свидетельствует о наивысшем уровне реализации целей производственно-хозяйственной деятельности. После того как получена итоговая оценка результативности, необходимо интерпретировать ее содержательное значение. На первый взгляд, это не должно вызвать затруднений, если принимать во внимание изменение коэффициента результативности в диапазоне от 0 до 1. Тогда, например, значение $P = 0,33$ можно было бы объяснить как результативность производственно-хозяйственной деятельности на 33 %. Однако это было бы неверно, так как в этом случае не учитывается, что коэффициент результативности рассчитывается на основе коэффициентов корреляции, диапазон вариации которых от -1 до +1 характеризует отрицательную и положительную результативности, отделенные одна от другой нулевой результативностью.

Чтобы иметь возможность содержательной интерпретации полученных данных по результативности производственно-хозяйственной деятельности, необходимо нормировать положительную составляющую итоговой результативности на интервале $[0,25; 1]$ с помощью следующей формулы:

$$P_{2014} = \frac{0,36 - 0,25}{1 - 0,25} \times 100 = 14,66 \%$$

$$P_{2015} = \frac{0,33 - 0,25}{1 - 0,25} \times 100 = 10,66 \%$$

Тогда, в действительности, положительная результативность производственно-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий Белгородской области составит не 36 %, а 14,66 % в 2014 г. и 10,66 % в 2015 г. против 33%. Как видно из расчетов,

за рассматриваемый период наблюдается снижение результативности производственно-хозяйственной деятельности на 3 %. Для определения критических показателей может быть также использован метод изолированного влияния факторов на изменение результативного показателя.

Применение для оценки результативности производственно-хозяйственной деятельности методики модели индексного нормирования оценки результативности не является слишком сложным, трудоемким процессом, поэтому можно просчитать конкретно по каждому показателю на основе форм бухгалтерской отчетности. Модель индексного нормирования оценки результативности обеспечивает получение обобщенного показателя, характеризующего результаты не только в финансово-экономической сфере, но и результаты, затрагивающие такие аспекты как «персонал», «основные средства», «внутренние процессы организации» и другие. Также модель индексного нормирования оценки результативности позволяет выявить критические области деятельности предприятия, оказывающие непосредственное влияние на качество продукции. Это позволяет утверждать, что данная модель имеет все предпосылки для использования на постоянной основе с целью управленческой оценки ее результативности.

Заключение. Таким образом, представленная методика оценки эффективности использования средств труда, дает больше возможностей для выявления системы показателей, отражающих уровень эффективности сельскохозяйственного производства.

Литература

1. Гайнутдинов И.Г. Производительность и оплата труда в сельском хозяйстве: вопросы совершенствования методики их определения / И.Г. Гайнутдинов // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2016. – № 7. – С.56-60.

2. Нежелченко Е.В. Экономическая оценка состояния, воспроизводства и использования технической базы сельского хозяйства Белгородской области / Е.В. Нежелченко, А.И. Добрунова // Экономика и предпринимательство. - 2016.-№11-2(76-2).- С.339-345

3. Нежелченко Е.В. Оценка эффективности производственно-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных организаций Белгородской области / Е.В. Нежелченко, А.И. Добрунова, Н.Ю. Яковенко // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. ISSN 1999-2645.-№4 (48). Номер статьи 4815. Дата публикации: 2016-11-23. Режим доступа <http://eee-region.ru/article/4815/>

4. Савченко Т.В. Финансовая политика как фактор эффективного развития предприятия / Т.В. Савченко, А.Е. Наумова // Регион: системы, экономика, управление. – 2014. – №3(26). – С.153-158.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ АГРОПРОЕКТОВ

Н.Н. Никулина

*кандидат педагогических наук, доцент
заведующий кафедрой профессионального обучения
и социально-педагогических наук
ФГБОУ ВО «Белгородский ГАУ»*

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы влияния качества современного профессионального образования на управление развитием инновационных процессов в агропромышленном комплексе. Анализируются требования компетентностного подхода в подготовке специалистов аграрных вузов, их личностного и профессионального становления путем обновления содержания, форм и методов обучения.

Ключевые слова: модернизация образования, профессиональное образование, качество образования, инновационные проекты, аграрный сектор, агропромышленные комплексы

Введение. Уровень образования населения, в том числе и профессионального образования, определяет направление развития человеческого капитала, темпы экономического развития регионов и страны в целом. «Модернизация страны опирается на модернизацию образования, на его содержательное и структурное обновление. Россия должна выбрать образование в качестве приоритета - одной из «национальных точек роста» [4, с.5].

Методы и организация исследования. На современном этапе развития российского общества в качестве одной из приоритетных задач модернизации профессионального образования определена задача по повышению качества общего и профессионального образования, повышения уровня конкурентоспособности выпускников ВУЗов.

Качество современного профессионального образования представляет собой многоаспектную и интегральную категорию. Оно рассматривается в качестве интегративной функции современного профессионального образования, в качестве комплексного показателя, синтезирующего этапы обучения, становления и развития личности, результата учебно-воспитательного процесса. Качество профессионального образования является критерием эффективности деятельности профессиональной образовательной организации, основным результатом которого является качество подготовки будущих специалистов.

«Качество образования — характеристика системы образования, отражающая степень соответствия реальных достигаемых образовательных результатов, условий образовательного процесса нормативным требованиям, социальным и личностным ожиданиям» [2, с.19].

Образовательный потенциал аграрного ВУЗа, его потенциал в вопросах подготовки будущих специалистов заключается в способностях и возможностях создать педагогические, организационно-технические и материальные условия, образовательную среду, информационное и финансовое сопровождения, иными словами обеспечить качество профессионального образования.

В рамках современного законодательства профессиональная образовательная организация обязана обеспечить достижение образовательных результатов по всем направлениям подготовки, отвечающим стандартам, нормативам и критериям современного аграрного производства в лице работодателей путем создания системы обеспечения качества образования.

Под образовательными результатами в педагогической теории и практике понимаются индивидуальные достижения учащихся, студентов в ходе освоения содержания профессионального образования, уровне его успешности, личностного роста. Выделяют возможные и обязательные образовательные результаты – знания, умения и навыки, умения применять полученные знания на практике.

Среди новых образовательных результатов рассматриваются – освоение профессиональных компетенций, новых умений и навыков, отличающихся от существующей практик, развитие познавательной мотивации, профессиональной и личностной культуры, формирование информационной культуры, развитие общекультурных компетенций (культура речи и делового общения, интерактивное использование компьютерного оборудования и программ продуктов, работа в команде и д.р.), формирование способности применять творчески знания и умения в практических условиях.

Увеличение темпов развития отечественного агропромышленного сектора экономики, внедрение инновационных аграрных проектов порождает увеличение спроса в высококвалифицированных специалистах, в совершенстве владеющих современными технологиями, способных реализовывать инновационные проекты в агробизнесе, подобная

ситуация позитивно влияет на систему развития профессионального образования. В свою очередь, повышение качества и уровня образования, приводит к увеличению числа подготовленных и высококвалифицированных специалистов, способствует увеличению экономического роста в отечественной агро индустрии.

На современном этапе политического и экономического развития отечественного аграрного производства возникает необходимость реализации новых аграрных инновационных проектов путем подготовки и привлечения отечественных высококвалифицированных кадров.

Решение данной задачи возможно лишь при условии инновационного модернизации и преобразования профессиональных образовательных организаций, переориентации на внедрение новых технологий и формирования компетенций, как по основным направлениям подготовки, так и по смежным с учетом формирования профессиональной модели молодого специалиста.

Приоритетным на современном этапе развития профессионального образования является компетентный подход. При анализе качества профессионального образования, получаемого студентами аграрного ВУЗа на первое место выходят показатели, дающие интегрированные оценки образовательных результатов, это такие показатели как:

- мобильность или способность использовать полученные знания в профессиональных ситуациях;

- операциональность или способность выбирать средства и методы и их комбинации для решения определенных профессиональных задач.

В рамках Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года в качестве одного из главных показателей развития системы высшего профессионального образования рассматривается привлечение преподавателей и студентов в прикладные и фундаментальные исследования. Такой подход к подготовке профессиональных кадров позволит как сохранить отечественные научные школы, а так же подготовить новое поколение специалистов-исследователей, ориентированных на потребности инновационной экономики на основе проектного управления, в том числе и в аграрной индустрии. [6].

Таким образом, на современном этапе одним из показателей качества современного профессионального образования является не совокупность полученных в стенах ВУЗа знаний, умений и навыков, а в первую очередь способность и готовность получать новые знания, умения, применять их в профессиональных и личностных ситуациях, креативный подход анализу и решению динамично меняющихся профессиональных задач.

Современная система высшего профессионального образования должна отвечать требованиям и запросам современных экономических и политических реалий.

Эффективное решение обозначенной задачи предполагает разработку и внедрение интерактивных, принципиально новых методов, форм, средств и технологий обучения, на основе построения инновационного педагогического процесса.

Концептуальная задача построения новой идеологии содержания профессионального образования, построения педагогического процесса, формирования его нового облика предполагает переориентацию на принципиально новые подходы в обеспечении образования при подготовке будущих специалистов. Приоритетная из них – включение в образовательный процесс новых форм профессионального обучения, создание качественно новой профессионально-образовательной среды [3, с.18].

Значительная роль в этом процессе принадлежит внедрению в практику работы аграрных ВУЗов дуальных форм обучения, при непосредственном участии современных агропромышленных предприятий. Актуальность дуальных форм обучения обусловлена , прежде всего тем, что обучение на производстве, в реальном сельскохозяйственном секторе, агрохолдинге, является более гибким и предметным, т. е. прямо отражающим потребности будущих работодателей. Переход на дуальное обучение обусловлен острой

потребностью современной экономики в выпускниках, значительно адаптированных к требованиям работодателей, которые быстро и мобильно смогут включиться в производство за счет каких, сформированных в учебном процессе, качеств как: знание современных отраслевых технологий, современного отраслевого законодательства, готовностью и способностью к инновационным решениям и участия в комплексных отраслевых проектах, владения навыками работы в коллективе, владение современными компьютерными технологиями, владение иностранными языками

Хорошо зарекомендовавшей формой профессионального обучения, способной повысить уровень адаптированности будущих специалистов к реальному производству является дуальная форма обучения. Дуальная форма профессионального образования представляет собой педагогический процесс в ходе которого традиционные теоретическое и практическое обучение сочетается с частичной занятостью на производстве в соответствии с направлением профессиональной подготовки.

Дуальность означает "двуединство, двойственность", "единое организационное целое". Подобная форма профессионального образования возникла как продукт социального партнерства, которое представляет собой механизм тесного взаимодействия государства, работодателей, профсоюзов и различных общественных объединений по подготовке высококвалифицированного персонала в соответствии с потребностями рынка труда.

В последнее время все большее значение в профессиональном образовании приобретает проектное обучение как форма организации учебно-познавательной деятельности студентов. Так по каждому направлению подготовки имеется замкнутый цикл всех однопрофильных образовательных программ, начиная с рабочей профессии и завершая подготовкой топ-менеджеров аграрного производства международного уровня по магистерской программе - MBA-агробизнес. [1, с.72].

В данном направлении представляет интерес опыт реализации европейских магистерских программ в отечественных ВУЗах, построенных на принципах проектно-проблемного обучения, предполагающего кроме изучения новых инновационных дисциплин, ведение активной научно-исследовательской и проектной деятельности, решающих конкретные проблемы конкретного предприятия.

В Белгородском ГАУ имени В.Я.Горина деятельность обучающихся при данном подходе направлена на решение конкретных практических проблем, а сам процесс обучения перенесен в условия действующего сельскохозяйственного предприятия или в учебно-производственные мастерские.

Результатом проектной деятельности студентов Белгородского ГАУ имени В.Я.Горина являются учебные творческие проекты. Обучающиеся привлекаются к проведению научно-исследовательских работ, участию в программах по внедрению новых агропромышленных технологий, выполнению курсовых и дипломных работ под руководством научных сотрудников, внедрению результатов студенческих научных работ в реальное производство, работе студенческого конструкторского бюро по заказам сельскохозяйственных предприятий; практикуется выполнение дипломных работ (проектов) по заказу предприятия с оплатой за выполненные исследования [1, с.71].

Уровень подготовки аграрных специалистов во многом зависит от развития научно-инновационной деятельности.

Основная задача, решение которой обеспечивается за счет взаимодействия вышеназванных организационных структур, состоит в осуществлении принципа «Образование – через научные исследования и передовые технологии». Механизмы реализации заключается в привлечении студентов и аспирантов к научно-исследовательским работам, участию в программах по внедрению новых агропромышленных технологий, выполнению курсовых и дипломных работ под руководством научных сотрудников, внедрению результатов студенческих научных работ

в реальное производство, работе студенческого конструкторского бюро по заказам сельскохозяйственных предприятий и др.

Именно использование новых организационных форм учебной деятельности и использование новых средств обучения (которые для многих сами по себе являются показателями инновационности образования), определяет важнейшие факторы повышения эффективности профессиональной образовательной деятельности.

Заключение. Таким образом, на современном этапе развития российского общества принципиальных изменений в аграрном образовании можно добиться, только путем повышения его качества, ориентации на достижение новых образовательных результатов и на применение новых организационных форм, соответствующих требованиям современного аграрного бизнес-сообщества.

Литература

1. Турьянский, А.В. Дуальная система обучения: европейский опыт и перспективы реализации в российском аграрном образовании: учебн. пособие/ Турьянский А.В., Бреславец П.И., Дорофеев А.Ф., Никулина Н.Н., Литвиненко Т.Ю. Белгород : БелГАУ им. В.Я. Горина, 2015. – 84 с.

2. Болотов, В.А. Становление общероссийской системы оценки качества образования/ В.А.Болотов // Справочник заместителя директора школы. – М.: Информационный центр «Ресурсы образования», 2007.- С.18-24

3. Магомедов, Р.М. Развитие организационных форм обучения в новой информационной образовательной среде / Р.М. Магомедов// Информатика и образование.- М., 2011.-№ 9.- С.30-33

4. Из основных направлений социально-экономической политики Правительства Российской Федерации на долгосрочную перспективу // высшее образование сегодня. 2001. -№ 1.- С.5

5. «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года»: распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р //Консультант Плюс [Электронный ресурс]. URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/

РЕВЕРСИВНАЯ ЛОГИСТИКА ПРИ УПРАВЛЕНИИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК: ВОПРОСЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ И КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Т.А. Попова,

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры маркетинга и логистики,
ГОУ ВПО «ДонАУиГС при Главе ДНР»*

В.Ю. Лунина,

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры маркетинга и логистики,
ГОУ ВПО «ДонАУиГС при Главе ДНР»*

Аннотация. В статье актуализирован вопрос внедрения принципов реверсивной логистики в процессе управления цепями поставок на предприятиях Донецкой Народной Республики. Изложены основные задачи, которые ставит перед собой руководитель, внедряющий принципы реверсивной логистики в деятельность своего предприятия. Обоснована необходимость подготовки высококвалифицированных специалистов в сфере логистики и управления цепями поставок с учетом оптимизации системы управления устойчивым развитием и внедрения политики «зеленой экономики» на основе принципов реверсивной логистики.

Ключевые слова: реверсивная логистика, управление цепями поставок, материальный поток, возвратный поток, распределение.

Введение. Анализ состояния и тенденций развития логистики и управления цепями поставок в мировой экономике показывает, что формирование и управление базой знаний персонала компаний и организаций в области логистики и управления цепями поставок (УЦП) является решающим фактором успешного применения современных концепций и технологий в этих областях для реализации потенциала конкурентоспособности предприятий. Постоянно изменяющиеся условия внешней среды наглядно демонстрируют, насколько важным является умение компаний не только сокращать затраты, но и находить новые инновационные решения для сохранения устойчивости бизнеса в непростых и плохо предсказуемых макроэкономических условиях. Те фирмы, которые смогли правильно оценить ситуацию и вовремя перестроиться на новые рельсы интеграции и координации, как внутренних логистических бизнес-процессов, так и взаимоотношений с контрагентами в цепях поставок, смогли не только удержать свои позиции, но и добиться значительных результатов в повышении конкурентоспособности и упрочнения рыночных позиций.

За последние 10 лет на территории постсоветского пространства логистика превратилась в привычный функционал менеджмента большого количества отечественных компаний. Профессия «логист» стала очень востребована работодателями, однако в настоящее время ощущается острая нехватка квалифицированных логистов, особенно обладающих знаниями в новом направлении интегрированной логистики – управление цепями поставок, основанной на принципах реверсивной логистики.

Реверсивная логистика получила широкое применение в процессе организации движения товаропотоков от конечных потребителей в сферы распределения, производства и утилизации. Особая актуальность данного направления логистики проявилась в связи с изменением внутренних и внешних экономических условий хозяйственной деятельности предприятий. Появление торговых сетей международных организаций, расширение международных торговых связей побуждает отечественных теоретиков и практиков уделять все большее внимание данной проблеме. В настоящее время вопрос основных задач реверсивной логистики на предприятиях различных отраслей хозяйствования остается открытым, а технологии работы с возвратными потоками в цепях поставок не достаточно изученным.

Методы и организация исследования. Проблемы логистики достаточно широко раскрыты в работах российских ученых, в том числе В.И.Сергеева, А.А.Канке, В.В.Дыбской, Н.К.Моисеевой и др. Однако, не смотря на это, ряд проблем теоретического и прикладного характера остаются недостаточно изученными. К подобным проблемным вопросам можно отнести: проблемы развития интернет-логистики, кластерной логистики, оценки и анализа эффективности логистики, реверсивной логистики. В данной работе будут рассмотрены основные проблемные вопросы внедрения и развития реверсивной логистики предприятий в условиях Донецкой Народной Республики.

Результаты и их обсуждение. Реверсивная логистика, или логистика возвратных потоков – это управление движением возвратных потоков, которые могут быть представлены в виде сырья, незавершенного производства, упаковки и готовой продукции от точек производства, распределения и конечного потребления с целью возврата ценности или уничтожения.

По оценкам экспертов, затраты предприятий на возвратную логистику составляют примерно 4-6% от общих логистических издержек. Для некоторых отраслей процент возврата продукции может быть больше, например: книжная продукция – 10-15%; компьютеры и комплектующие – 10-18%; одежда – 30-40%; продукция массового потребления – 5-15%; товары, купленные через интернет – 20-80%. Данный процент, прежде всего, связан с возвратом продукции, который инициирует потребитель. Таким образом, при грамотном управлении возвратными потоками можно существенно снизить процент возвращаемой продукции и, соответственно, получить дополнительную прибыль.

Однако, к основным задачам, которые ставит перед собой руководитель, внедряющий принципы реверсивной логистики в деятельность своего предприятия, помимо повышения прибыли, можно отнести также [2]:

1. Оптимизацию издержек на производство многократно используемых товаров.
2. Создание новых каналов в сети поставок, распределения и обратного движения.
3. Использование упаковочных материалов, удовлетворяющих экологическим и экономическим требованиям.
4. Применение информационных технологий, обеспечивающих эффективную организацию движения в обратном направлении или разработка отдельных модулей, интегрированных в существующую информационную систему.
5. Обеспечение всех участников канала своевременной и полной информацией.
6. Разработка оптимальных траекторий движения материальных и информационных потоков, позволяющих минимизировать затраты на организацию и работу канала.

Таким образом, говоря о применении реверсивной логистики при управлении цепями поставок, необходимо понимать, что данная функциональная область логистики нацелена не только на обеспечение оптимизации затрат предприятия в управлении возвратными потоками, но и на экологизацию производственных процессов, внедрение безотходного производства, снижение экологической напряженности. Это говорит о необходимости непосредственного участия государственных органов власти в развитии данного направления логистики, а также взаимодействия предприятий и учебных образовательных организаций высшего профессионального образования при подготовке высококвалифицированных специалистов в данной области.

Изучая практику применения принципов реверсивной логистики развитых стран, можно сделать вывод о необходимости указания в Стратегическом плане развития Донецкой Народной Республики необходимости оптимизации системы управления устойчивым развитием и внедрения политики «зеленой экономики» на основе принципов реверсивной логистики, в том числе в вопросах привлечения инвестиций, решения экологических проблем, снижения негативного воздействия антропогенной нагрузки, комплексной переработки отходов. Решение данного вопроса, прежде всего, вызвано наличием огромных экологических проблем. Подобным шагом государство простимулирует внедрение и развитие реверсивной логистики на предприятиях Республики.

В ДНР имеются следующие общие проблемы обращения с отходами: сложность и отсутствие нормативного регулирования порядка получения разрешений на осуществление деятельности по переработке отходов вторичного сырья; недостаточность финансовых ресурсов промышленных предприятий для осуществления капиталовложений в необходимые технологии; отсутствие соответствующей инфраструктуры; ограниченный доступ к информации, касающейся объемов вторичных ресурсов; недостатки в нормативной базе по вопросам применения стимулов природоохранной деятельности; применение практически единственного способа, являющегося пассивным: удаление отходов на полигоны и санкционированные свалки; неэффективная работа с общественностью по формированию общественной мысли и рационального отношения к ресурсам, негативное отношение к продукции из вторичного сырья.

В отношении отходов производства и распределения, в том числе опасных отходов, владельцами предприятий должны быть приняты конкретные меры, в рамках действующего законодательства, в котором должны быть предусмотрены мероприятия по увеличению утилизации и переработки отходов, а также сокращению образования и накопления отходов.

В отношении отходов потребления проблемой, отрицательно влияющей на экологическую обстановку, является увеличение объема образования и накопления твердых бытовых отходов, а также существующее состояние отсутствия раздельного сбора, утилизации и переработки коммунальных отходов. Успешная практика развитых стран в

сфере применения реверсивной логистики показывает, что компании-производители товаров должны отвечать за утилизацию собственной тары и упаковки. В случае несоблюдения существующих правил утилизации производственных отходов, руководство предприятий должно нести административную ответственность.

Создание и функционирование инфраструктуры для субъектов малого и среднего предпринимательства по сбору, транспортировке, сортировке, вторичному использованию, размещению отходов на полигонах местными исполнительными органами власти является необходимым условием внедрения принципов реверсивной логистики.

В настоящее время в Донецкой Народной Республике отсутствует механизм переработки и утилизации отходов на государственном уровне. Для того, чтобы обеспечить соблюдение экологических требований при обращении с отходами исполнительным органам Республики необходимо организовать и внедрить [1]:

- 1) раздельный сбор и утилизацию повторно используемых фракций отходов;
- 2) регулярную транспортировку отходов в места временного хранения и переработки, и их размещение на полигонах;
- 3) систему разделения строительных отходов от других видов отходов и недопущение смешивания строительного мусора с другими отходами на свалках и полигонах;
- 4) стимулирование раздельного сбора органических отходов и их использование;
- 5) систему контроля несанкционированного сжигания коммунальных отходов и наложение административной ответственности на нарушителей;
- 6) запрет на смешивание одних видов отходов с другими видами или специальными добавками;
- 7) условия для передачи собственниками отходов обязательств по утилизации отходов владельцам предприятий, перерабатывающих эти отходы и т.д.

На территории ДНР вопросы управления промышленными и коммунальными отходами регулируются Законом «Об окружающей среде», «Об отходах производства и потребления». Санитарные правила устанавливают санитарно-эпидемиологические требования к сбору, использованию, применению, обезвреживанию, транспортировке, хранению и захоронению отходов производства и потребления.

Однако перечисленные законодательные акты не в полной мере регулируют сферу переработки и утилизации отходов. Как свидетельствует международный опыт, различные виды отходов требуют учета особенностей правил и норм обращения с ними. Так, отходы, являющиеся использованной продукцией, регулируются такой нормой как: «расширенная ответственность производителя», которая не может быть введена для других видов отходов производства.

Загрязнение окружающей среды отходами производства и потребления неизменно ведет к нарушению экологического баланса не только в нашей Республике, но и на всей планете в целом. Проблема, которая волнует все мировое сообщество – ликвидация вредного влияния на природу подобного рода загрязнений.

На текущий момент в законодательном урегулировании особо нуждаются следующие положения [1]:

1. Использование расширенной ответственности производителя на всех этапах жизненного цикла продукции вплоть до ее утилизации. В связи с этим возникает необходимость введения специальных терминов и положений, регулирующих «расширенную ответственность производителя».
2. Процедура регулирования сбора, переработки и утилизации отходов потребления: электронных отходов, энергосберегающих ламп, упаковки, гальванических элементов и др.
3. Введение финансовой ответственности производителей упаковки и товаров и

импортеров при переработке и утилизации отходов. Внедрение системы возврата стоимости упаковки при сдаче ее населением для утилизации. Для создания такой возможности, целесообразно предусмотреть отчисления в специально создаваемые фонды и заложить в стоимость продукции стоимость ее утилизации.

4. Рассмотрение вопросов, которые касаются перехода отходов во вторичное сырье. С учетом этого необходимо разработать критерии оценки данного перехода, например: готовность сырья к утилизации и переработке, востребованность данного сырья и наличие необходимых мощностей по утилизации.

5. Разработка рычагов стимулирования предприятий к переработке и утилизации отходов, такие как, например, налоговые льготы, снижение тарифов на пользование ресурсами, выдача субсидий из бюджета.

6. Стимулирование производства продукции, обеспечивающее минимальное образование отходов в результате ее использования.

7. Установление требований к упаковке товаров, а также возложение обязанности на производителей и промышленных потребителей за сбор и переработку упаковки после ее использования, а также возможность делегирования обязанности специализированным организациям.

8. Введение целевых показателей качества окружающей среды на законодательном уровне, в том числе показателей доли утилизированных и переработанных отходов. Введение минимальных целевых показателей утилизации отходов для отраслей промышленности, а также доли минимального использования вторичных ресурсов при производстве товаров и упаковки.

9. Установление требований по поэтапному внедрению отдельного сбора, утилизации и переработки отходов потребления (включая их разделение на компоненты: пищевые отходы, стекло, цветные и черные металлы, текстиль, бумага и т.д.) как для населения, так и для предприятий.

10. Установление поэтапных требований к обращению со специфическими отходами потребления (упаковка, лаки и краски, бытовая химия, батареи и аккумуляторы, электронное оборудование и др.), по аналогии с существующими директивами ЕС.

Проработка данных вопросов позволит создать правовой механизм экономического стимулирования переработки отходов и внедрения принципов реверсивной логистики при управлении цепями поставок на предприятиях ДНР различных сфер деятельности.

Международный опыт также свидетельствует об интенсивном росте числа зарубежных вузов, в которых подготовка логистов осуществляется по двум основным специальностям: «Логистика» и «Управление цепями поставок». Подобные тенденции вызваны, прежде всего, особенностями экономического развития, направленных на оптимизацию затрат предприятий в различных областях функционирования.

Формирование и развитие знаний персонала компаний в области логистики и УЦП должно соответствовать организационной структуре и функционалу персонала служб логистики, которые, в свою очередь, зависят от отраслевой специфики, размера компании, структуры управления и т.п. Сегодня особенно велика потребность в дипломированных руководителях служб логистики компаний, интегральных менеджерах, осуществляющих логистическую координацию между функциональными подразделениями фирмы и управление цепями поставок, логистов-аналитиков высокого уровня, владеющих современными методами проектирования и эксплуатации логистической инфраструктуры в цепях поставок, а также в областях рециклинга и утилизации возвратных потоков предприятия.

В связи со сложившимися экономическими и политическими условиями, в Донецкой Народной Республике существует проблема повышения квалификации персонала в области логистики, что негативно отражается как на функционировании и развитии предприятий всех отраслей промышленности, так и внедрении государственных программ в сфере реверсивной логистики и экологии.

В России право европейской сертификации логистов делегировано Национальному сертификационному комитету по логистике России (НСКЛ), созданному на базе Национальной логистической ассоциации России (НЛА) [4]. НСКЛ России начал проводить тестирование российских логистов по принятой в Европе трехуровневой системе сертификации с февраля 2003 года. Участие в данной программе сертификации специалистов Донецкой Народной Республики позволит руководителям предприятий обеспечить положительную динамику организации и управления цепями поставок, следовательно обеспечить их прибыльность, эффективность и соответствие принципам устойчивого развития.

Заключение. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что, не смотря на наличие большого количества проблем и барьеров в области реверсивной логистики она будет развиваться в силу глобальных интеграционных процессов. Интеграция усилий всех участников логистической цепи позволит предприятиям не только выжить в условиях неопределенности и экономического кризиса, но и обеспечит их новыми современными технологиями организации бизнес-процессов на основе экологизации. Вместе с тем, для внедрения принципов реверсивной логистики при управлении цепями поставок на предприятиях Донецкой Народной Республики ключевая роль должна отводиться, как государственным органам власти, так и специалистам в области логистики, которые будут способны донести руководству предприятий различных отраслей информацию об эффективности данного процесса и организовать его.

Литература

1. Концепция проекта Закона Республики Казахстан «Об управлении отходами производства и потребления» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://kurs.znate.ru/docs/index-183200>

2. Канке, А.А., Александров, О.А. Реверсивная логистика в российских организациях: теоретические и практические аспекты // Вестник ГУУ. – 2017. – №5. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/reversivnaya-logistika-v-rossiyskih-organizatsiyah-teoreticheskie-i-prakticheskie-aspekty> (дата обращения: 02.10.2018).

3. Овезов, Б., Фэнь, Ч. Обратная логистика // Молодой ученый. – 2016. – №1. – С. 441-446. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/105/24859/> (дата обращения: 02.10.2018).

4. Официальный сайт Национальной ассоциации логистики и управления цепями поставок. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://nla-scm.ru/> (дата обращения: 04.10.2018).

УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВЫМИ РИСКАМИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Л.И. Проняева,

*доктор экономических наук, профессор,
заведующая кафедрой экономики и экономической безопасности,
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС*

О.А. Федотенкова,

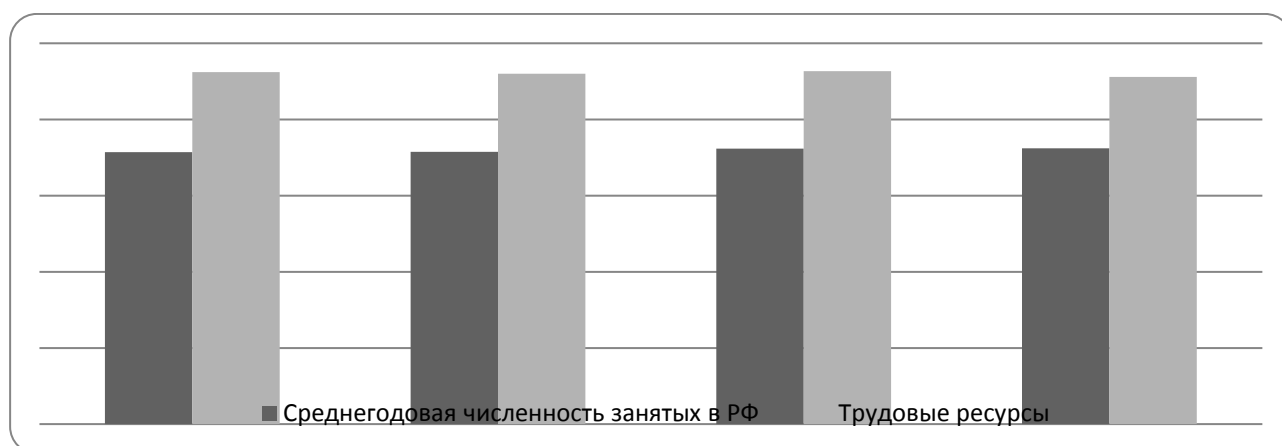
*кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и экономической безопасности,
Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС*

Аннотация. В статье рассмотрена классификация кадровых рисков и возможные меры минимизации их последствий, а так же предложенный механизм управления кадровыми рисками.

Ключевые слова: кадровые риски, предпринимательская деятельность, минимизация последствий кадровых рисков, модель управления кадровыми рисками/

Введение. Устойчивое функционирование субъектов предпринимательства является важнейшим условием развития экономики страны и напрямую связано с их возможностями минимизировать риски в своей деятельности. Современные условия рыночной среды, ее нестабильность, постоянно вызывают множество экономических угроз, расширяющих территорию рискованных ситуаций, избежать которых при ведении бизнеса в любой сфере предпринимательской деятельности достаточно сложно. Вместе с тем, разумное «умение рисковать» – это классическая черта, которая помогает предпринимателю противостоять неопределенности и достигать успеха [8].

Результаты и их обсуждение. Потребности в кадрах в сфере предпринимательской деятельности обеспечиваются за счет трудоспособного населения, динамика численности которого представлена на рисунке 1.



Источник: данные Федеральной службы государственной статистики [9]

Рис. 1 Динамика численности трудовых ресурсов и занятого населения в РФ, человек

Данные рисунка демонстрируют тенденцию роста среднегодовой численности занятого населения в стране на фоне снижения численности трудоспособного населения.

Рассматривая показатели, характеризующие тенденции в структуре занятости населения в стране (табл. 1), следует отметить некоторый рост доли занятых в общей численности трудоспособного населения, стабильный уровень безработных (5,5 %). В качестве негативной тенденции отмечается снижение доли занятых в реальном секторе экономики (сельское хозяйство, промышленность).

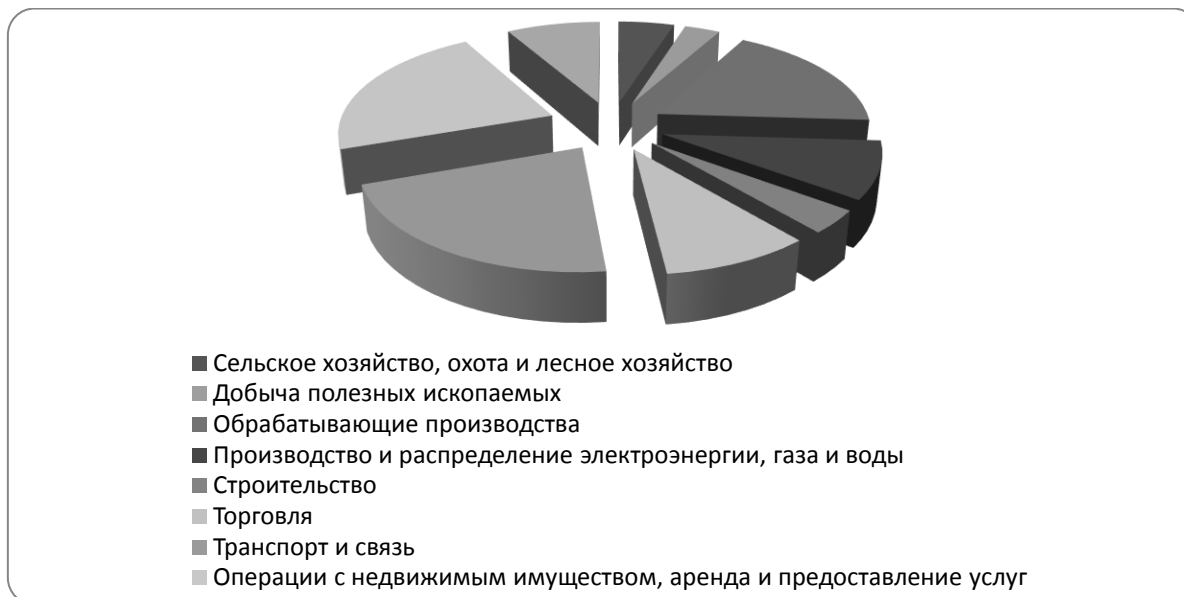
Таблица 1

Динамика показателей занятости населения

Показатель	Годы					Абс. откл.
	2013	2014	2015	2016	2017	
Доля занятых лиц в общей численности населения в возрасте 15 - 72, %	64,8	65,3	65,3	65,7	65,5	0,7
Уровень безработицы (15 - 72), %	5,5	5,5	5,2	5,6	5,5	-
Доля неформального сектора в общей занятости, %	19,7	20,1	20,5	21,2	19,8	0,1
Занятость по отраслям экономической деятельности:						
- доля занятых в сельском хозяйстве, %	7,3	7,0	6,7	6,7	6,7	-0,6
-доля занятых в промышленности, %	27,8	27,7	27,5	27,2	26,9	-0,9
-доля занятых в сфере услуг, %	64,9	65,3	65,8	66,1	66,3	1,4
Доля заработной платы в ВВП, %	46,2	47,2	46,9	47,9	48,1	1,9

Источник: данные Федеральной службы государственной статистики [9]

Несмотря на наличие безработицы, существует потребность в персонале в различных отраслях экономики (рисунок 2). Наибольшая доля вакансий приходится на деятельность, связанную операциями с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг (22,1%), транспортом и связью (21,4%) и обрабатывающими производствами (17,9%).



Источник: данные Федеральной службы государственной статистики [9]

Рис. 2 Структура потребности в кадрах по отраслям предпринимательской деятельности в 2016 году, %

Не укомплектованность кадрами является значимой экономической угрозой в предпринимательской деятельности хозяйствующих субъектов. Управление рисками и угрозами является основной задачей менеджмента субъектов предпринимательства.

Предпринимательские риски связаны с основными хозяйственными процессами экономического субъекта (снабжение, производственными, реализация), реализация которых и определяет видовой состав предпринимательских рисков (снабженческие, производственные, маркетинговые, информационные, экологические, правовые, финансовые, кадровые и др.). В ряду важнейших и требующих постоянного и пристального внимания следует отметить кадровые риски, так как многое в предпринимательской деятельности зависит от наличия и профессионализма персонала. Именно человеческий фактор заложен в основе возникновения большинства рисков ситуаций. Кадровые риски следует признать базовыми для остальных видов рисков и их можно рассматривать как рискообразующие факторы многих других рисков.

Галешкова Е.И. [3], Валькович О.Н., Захарова Л.Н. [2] под кадровыми рисками понимают вероятность потерь и недостижения главных целей организации, связанную с принятием неэффективных управленческих решений по формированию, использованию, развитию и высвобождению персонала.

В данном определении кадровые риски увязываются с имеющимися проблемами в управлении персоналом в организации.

Ряд других исследователей, определяя кадровые риски, связывают их с профессиональной деятельностью персонала. Так, Лебедев С.Г. [6], Кузнецова Н.В. [5], Качаева Е.А., Ващенко Т.В. [4] понимают под ними совокупность потенциальных угроз имущественным и неимущественным интересам организации, связанных с функционированием персонала.

А.Е. Митрофанова под управлением кадровыми рисками понимает процесс определения, оценки и контроля всех внутренних и внешних факторов кадрового риска, изменение которых может негативно повлиять на деятельность организации и ее персонала. В данном определении упускается из виду сложная природа кадровых рисков, их исключительное многообразие и взаимообусловленность [7].

Управление рисками предполагает их всесторонний учет при наличии четкой видовой классификации рисков. Нами была разработана видовая классификация кадровых рисков организации (табл. 2), которая объединяет их в три группы рисков, возникающих вследствие: принятия ошибочных управленческих решений; действий или бездействий персонала; ошибок в управлении персоналом.

Таблица 2

Классификация кадровых рисков и их возможные меры минимизации их последствий

Группы кадровых рисков	Виды кадровых рисков	Меры минимизации кадровых рисков
Риски, возникающие вследствие принятия ошибочных управленческих решений	должностной риск	– действенная система отбора, расстановки и ротации персонала, повышение квалификации сотрудников;
	квалификационно-образовательный риск	
	инвестиционный риск	
Риски, возникающие вследствие действий или бездействий персонала	риск неприятия нововведений	– оптимальная структура должностей и распределение обязанностей, полномочий, ответственности; - контроль за выполнением должностных и производственных инструкций;
	риск злоупотреблений и недобросовестности	
	риски, связанные с неэффективностью системы мотивации и стимулирования	
	социально-психологические риски	
	интеллектуальные риски	
Риски, возникающие вследствие ошибок в управлении персоналом	риски, связанные с планированием и маркетингом персонала	– планирование карьеры, регулярная оценка персонала, соотнесение затрат с текущими и перспективными намерениями и возможностями использования кадрового потенциала.
	риски, связанные с наймом и учетом персонала	
	риски, связанные с трудовыми отношениями	
	риски условий и охраны труда	
	риски мотивации персонала	
	риски деловой оценки персонала	
	риски обучения и развития персонала	
	риски социального развития персонала	
	риски неэффективной организационной структуры	
	риски правового обеспечения	
риски информационного обеспечения		

Существует две основные модели организации управления рисками:

- централизация управления (управление рисками сосредоточено в рамках обособленного подразделения риск-менеджмента);
- децентрализация управления (функции по управлению рисками распределены между различными подразделениями организации).

Вторая модель предполагает, что в организации присутствует структура, в обязанности которой вменен мониторинг рисков, разработка политики и методики управления ими [1].

Данный подход можно считать более эффективным, так как он позволяет реализовать непосредственное участие в процедурах управления рисками руководителей и сотрудников основных подразделений компании и дает возможность осуществить качественную интеграцию риск-менеджмента в основной менеджмент организации.

Для крупных организаций предпринимательского сектора более эффективным будет первый подход по управлению рисками, так как данные компании сталкивающейся со значительным числом рисков, отсутствие управления которыми может генерировать высокий уровень потерь.

В современной экономике система управления предприятием должна включать в себя механизм управления рисками, в том числе и кадровыми рисками. Схематично механизм управления кадровыми рисками представлен на рисунке 3.

Механизм управления кадровыми рисками реализуется в рамках 4 этапов: организационный, плановый, аналитический, контрольный. Каждый этап предполагает выполнения ряда мероприятий, способствующих своевременному выявлению кадровых рисков и принятию мер по минимизации их негативных последствий.

Организационный этап предполагает выработку программы управления кадровыми рисками, в составе которой устанавливаются цели и задачи, определяется политика по управлению рисками, описываются возможные кадровые риска, которые связаны со спецификой деятельности организации, и определяются меры по их минимизации.

Плановый этап подразумевает формирование комплекса мероприятий по управлению кадровыми рисками, с указанием планируемого эффекта от их реализации, сроков внедрения, бюджета расходов на мероприятия, источников финансирования и лиц, ответственных за выполнение данной программы.

Аналитический этап связан с мониторингом кадровых рисков, их формализацией и построением профиля, а также с оценкой существующей системы управления персоналом в организации.

При формализации кадровых рисков оценивают возможность их возникновения в организации и ранжируют их по степени влияния на безопасность организации. В результате оценки формируется профиль каждого вида кадрового риска, в котором устанавливается уровень риска и его факторы, учитывающие специфику деятельности организации, вероятность их проявления и размеров возможного ущерба.

В части оценки системы управления персоналом следует проанализировать соответствие стратегии управления персоналом стратегии развития организации, риски административной ответственности руководителей, вызванных несоответствием кадровых решений требованиям трудового законодательства, риски недостаточного функционального обеспечения службы управления персоналом, риски применения соответствующих кадровых технологий, риски, связанные с неэффективной коммуникацией между службой управления персоналом и другими подразделениями и др.

Этап контроля предполагает оценку эффективности системы управления персоналом, включающую оценку слабых и сильных сторон системы управления персоналом и вытекающих из них рисков, а также оперативный контроль за реализацией мероприятий по управлению кадровыми рисками и разработку рекомендаций по совершенствованию системы их управления.

Реализация механизма управления кадровыми рисками должна осуществляться посредством применения инструментария управления. Так, например, минимизация кадрового риска может осуществляться посредством применения таких известных методов, как диверсификация (распределение риска между несколькими объектами, направлениями деятельности), лимитирование (установление предельных размеров расходов, например, на обучение, переподготовку персонала).

Заключение. Таким образом, предложенный механизм управления кадровыми рисками должен способствовать их своевременному выявлению, предотвращению негативного влияния на предпринимательскую деятельность и обеспечению защищенности

4. Качаева, Е.А. Управленческие и кадровые риски, их влияние на финансовое состояние организации / Е.А. Качаева, Т.В. Ващенко // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. - 2010. - Т. 2. - №6. - С. 30-31.

5. Кузнецова, Н.В. Управление кадровыми рисками современной организации / Н.В. Кузнецова // Вестник Забайкальского государственного университета. - 2013. - №7. - С. 94-100.

6. Лебедев, С.Г. Кадровые риски: новые аспекты работы с персоналом / С.Г. Лебедев // Деньги и кредит. - 2013. - №4. - С. 70-73.

7. Митрофанова, А.Е. Концепция управления кадровыми рисками в работе с персоналом организации / А.Е. Митрофанова. // Компетентность. - 2013. - № 3. - С. 40-45.

8. Полянин, А.В. Управление рисками в предпринимательской деятельности на основе идентификации экономических угроз / А.В. Полянин, Л.И. Проняева, О.А. Федотенкова // Вестник Академии знаний. - 2018. - №2(25). - С. 178-189.

9. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения 01.07.2018).

ИННОВАЦИИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА В АПК

Я.В. Савранская,

старший преподаватель кафедры экономики, ГОУ ВПО ДОНАГРА

Аннотация. Подготовка кадрового потенциала для агропромышленного комплекса. Проблемы обучения и переподготовки кадров. Роль государства в кадровой политике аграрного комплекса. Структурные составляющие кадрового потенциала. Причины, сдерживающие инновационное развитие кадрового потенциала в аграрном комплексе.

Ключевые слова: кадровый потенциал, трудовые ресурсы, сельское хозяйство, агропромышленный комплекс, инновационный потенциал, кадровая политика, управление кадрами

Введение. Термин «потенциал» означает совокупность материально-технических и организационно-экономических возможностей организации. В настоящее время в научной литературе существует две трактовки понятия «кадровый потенциал». Во-первых, этим понятием определяют совокупность общих и профессиональных знаний, умений, трудовых навыков и качеств квалифицированных работников. Во-вторых, это совокупность всех работников, которые в перспективе способны занять должности, связанные с управлением АПК на различных уровнях. Неоднозначность трактовки понятия создает трудности при анализе проблемы формирования управленческого кадрового потенциала АПК [1].

Инновации в науке и практике выступают основным фактором экономического развития. Применение инноваций в сфере агропромышленного комплекса является приоритетным направлением аграрной политики.

Методы и организация исследования. Опыт развитых стран показывает, что расходы на науку и научно-техническую политику в валовом внутреннем продукте составляет 2,5%, а затраты на исследования составляют не менее 25%.

Успех инновационного развития аграрной сферы связан с размером инновационного потенциала. Который представляет собой сочетание научно-технических, финансовых, кадровых ресурсов.

Государственная кадровая политика должна быть нацелена на повышение эффективности использования человеческих ресурсов, реализацию таких мероприятий и технологий, которые позволят с большей продуктивностью использовать кадровый потенциал.

Результаты и их обсуждение. Происходящие процессы в экономических системах на основе принципов инновационной экономики требуют постоянного обновления

профессиональных навыков, переподготовки и повышения квалификации кадров, организации их непрерывного образования. Новая модель экономического развития вызывает необходимость для работников несколько раз в течение жизни менять профессию и постоянно повышать свою квалификацию. В связи с этим весьма актуальной является проблема развития системы непрерывного профессионального образования, которая, в свою очередь, играет ключевую роль при формировании кадров для инновационного развития отрасли.

Центральными факторами модернизации АПК являются:

- технологический уровень;
- система управления;
- кадровый потенциал.

Кадровое обеспечение сельского хозяйства сегодня выступает стратегической задачей государственного масштаба. При анализе существующей государственной кадровой политики в АПК выделяются следующие проблемы:

- слабая профессиональная подготовка кадров;
- “старение” кадров, сопровождающееся нежеланием молодых специалистов работать в сельском хозяйстве;
- высокая сменяемость руководителей и специалистов из-за отсутствия экономической стабильности в аграрном секторе;
- несовершенство существующих методов оценки образовательных потребностей в АПК;
- нехватка финансовых ресурсов у хозяйств для организации подготовки и повышения квалификации кадров на необходимом уровне;
- отсутствие методических материалов для организации профессионального развития персонала на предприятиях АПК;
- несовершенство программ профессиональной подготовки и повышения квалификации;
- отсутствие действенных механизмов контроля эффективности обучения.

На процессы привлечения квалифицированных кадров в сельское хозяйство негативное влияние оказывают условия жизни на селе. Ухудшение социальной инфраструктуры сельскохозяйственных предприятий выражается в уменьшении числа детских садов, социально-культурных, коммунально-бытовых учреждений в сельской местности, сокращении перечня и ухудшении качества услуг учреждений, продолжающих свою работу. Для того, чтобы предприятия сельского хозяйства не испытывали нехватки высококвалифицированных кадров, требуется создать систему подготовки специалистов, которая привлечет в аграрные образовательные учреждения молодых людей, заранее определившихся с выбором своего профессионального пути. Акцент должен быть сделан на молодежи, желающей работать в сельском хозяйстве, стать конкурентоспособными специалистами. Умеющей и желающей организовать эффективное производство сельскохозяйственной продукции, обустроить село. Соответствующим образом следует выстраивать профориентационную работу среди сельских школьников.

В настоящее время, предприятия должны ставить свои условия и требования к принимаемым на работу специалистам. Они должны становиться прямыми заказчиками для учебных заведений, поэтому вузам следует налаживать устойчивые связи с предприятиями АПК, заключать договоры на целевую подготовку специалистов, в которых должна быть предусмотрена возможность прохождения практики, стажировок, получения стипендии за счет будущего работодателя.

Формирование кадрового потенциала АПК в настоящее время становится невозможным без четкого кадрового планирования. Кадровое планирование направлено на удовлетворение запросов производства, и на обеспечение интересов сотрудников и общества в целом. Планирование оптимальной численности руководителей сельскохозяйственных предприятий необходимо для того, чтобы снизить в

агропромышленном комплексе установку на выпуск прежнего, уже устоявшегося объема специалистов, а так же сократить отток высококвалифицированных кадров в другие отрасли народного хозяйства. Своевременное планирование позволит избежать в дальнейшем финансовых затрат на подготовку требуемого персонала. Кадровое планирование в агропромышленном комплексе реализуется посредством осуществления целого ряда взаимосвязанных мероприятий, объединенных для комплексной работы по формированию эффективного и высокомотивированного управленческого кадрового потенциала. Анализ проблем формирования кадрового потенциала АПК невозможно без рассмотрения профессиональной мотивации.

Система мотивации состоит из трех элементов:

- минимизации или отмены налогов на средства, затраченные на обучение персонала;
- налоговых льгот предприятиям, передающим образовательным учреждениям оборудование, необходимое для расширения учебно-материальной базы;
- системы преференций предприятиям АПК, принимающим активное участие в практической подготовке учащихся [4].

Одной из задач инновационного развития является формирование инновационного общества, создание эффективной системы непрерывной подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров, специалистов и руководителей для инновационной экономики. Для работы в агропромышленном комплексе нужны профессионалы, которые свободно могут применять на практике достижения научно-технического прогресса в своей отрасли. Наибольший вклад в развитие сельского хозяйства вносят те кадры, которые способны решить различные проблемы, владеющие информационными технологиями, умеющие пользоваться новейшими достижениями как отечественной, так и мировой науки [3].

Необходимо разрабатывать программы кадрового обеспечения агропромышленного комплекса. Целью которых является необходимость обеспечения агропромышленного комплекса компетентными кадрами, способными организовать и управлять высокопроизводительными, эффективными и ресурсосберегающими производствами в условиях инновационного развития АПК.

Кадровый потенциал включает в себя совокупность способностей и возможностей активной части трудовых ресурсов, имеющие способности, уровень квалификации, прошедшие профессиональную подготовку и обладающие специальными трудовыми навыками и опытом работы в аграрном комплексе. Кроме того, к нему относятся эффективное выполнение функциональных обязанностей на основе обновления знаний и инновационных методов [5].

Оценка кадрового потенциала представляет определение количественного выражения значения возможностей, выраженных в показателях, которые отвечают поставленным целям и задачам. Также оценка кадрового потенциала позволяет решать следующие задачи:

- анализ и оценка степени использования кадрового потенциала;
- обнаружить неиспользованные возможности развития в виде незадействованных ресурсов [4].

Составляющей частью кадрового потенциала является трудовой потенциал, который способствует восприятию и использованию инноваций.

Структурные составляющие кадрового потенциала:

- трудовой потенциал, при оценке которого выявляется возрастная и квалификационная структура, стаж работы и уровень образования, эффективность работы кадров, уровень заработной платы;
- научный потенциал определяется численность персонала, занятого исследованиями и разработками, а также способностью внедрять новшества.

Инновационное развитие АПК сдерживается по ряду причин:

- недостаточный объем собственных средств для формирования оборотных и обновления основных фондов;

- не значительное вложение ресурсов в инновационные проекты, а преимущественное в инвестиционные проекты;
- неразвитость рынка технологических инноваций и низкая инновационная активность организаций;
- незавершенность земельной реформы, отсутствие механизма оборота прав и передачи земли;
- неопределенность и отсутствие зарегистрированного в установленном порядке права собственности или пользования на земельные участки сельскохозяйственного назначения;
- высокая степень износа материально-технической и технологической базы;
- низкий уровень интеллектуального и кадрового потенциала[2].

Заключение. Таким образом, увеличение объема инвестиций в научные исследования и разработки инновационных продуктов необходимо для реализации политики импортозамещения и обеспечения продовольственной безопасности. Кроме этого, использование научных разработок на предприятиях агропромышленного комплекса позволит сократить производственные издержки, повысить эффективность производства, конкурентоспособность предприятий отрасли и, как следствие, АПК в целом.

Таким образом, для развития современного агропромышленного комплекса необходима эффективно действующая система управления, укомплектованная высокопрофессиональными кадрами. Для этого необходимо создать эффективно действующие программы формирования кадрового персонала, организация единого профессионального подхода в подготовке кадров нового поколения, которые необходимы в связи с внедрением в сельскохозяйственное производство инновационных технологий.

Литература

1. Журавлев, П.В., Словарь понятий и определений. Персонал / П.В.Журавлев, С.А. Карташов, Н.К. Маусов, Ю.Г. Одегов. – М.: Экзамен, 2013. – 318 с.
2. Долгушкин, Н.К. Трудовой потенциал российского села: состояние и перспективы. Монография. / Н.К. Долгушкин. – М., 2004. – 321 с.
3. Андреев, В.Н. Система непрерывного образования как ключевая составляющая обеспечения инновационного развития региона / В.Н. Андреев // Псковский региональный журнал. – 2013. – № 15. – С.167-172.
4. Хафизова, Э.Б., Шарипов, С.А. Совершенствование системы формирования и управления кадрами регионального АПК на основе непрерывного обучения // Достижения науки и техники АПК. 2008. С. 44-47.
5. Барютин, Л.С. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика: Учебник / под ред. А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. 2-е изд. Перераб и доп. – М.: ЗАО «Издательство«Экономика», 2004. – 518 с.

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ СОЦИАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

О.А. Тимохина,
*кандидат экономических наук,
старший преподаватель кафедры управления персоналом, НИУ «БелГУ»*

Аннотация. В данной статье рассматриваются достаточно актуальные вопросы оценки социальной составляющей кадрового потенциала предприятий. Выбранное автором направление научного исследования обосновывается высокой степенью неопределенности, отсутствием единого, унифицированного подхода к решению проблемы и широкой разнородностью информации, способной стать базой для комплексной оценки эффективности управления социальной эффективностью кадрового потенциала любого предприятия.

Ключевые слова: кадровый потенциал, психофизиологический потенциал, деловой потенциал, социально-психологическая составляющая кадрового потенциала, комплексная оценка.

Введение. Основу эффективного управления кадровым потенциалом любого современного предприятия прежде всего составляет организация всесторонней, комплексной диагностики не только экономической, но и социальной эффективности, как составляющей кадрового потенциала. Вышеуказанные два аналитических направления могут предоставить возможность более полной и объективной оценки эффективности кадрового потенциала, своевременно диагностировать проблемы в HR-сфере и адаптивно отреагировать на изменения как внутренней, так и внешней среды функционирования предприятия.

Методы и организация исследования: методологическую базу исследования вопросов комплексной оценки составляющей кадрового потенциала современных предприятий составили методы теоретического анализа, конкретно-научный метод, представленный в виде тестирования с использованием методики «Интеллектуальная лабильность», культурно-сводного теста на интеллект Р. Кеттела, оценки нервно-психологического напряжения, а также методы математической статистики.

Результаты и их обсуждение. Для проведения комплексной диагностики социальной составляющей кадрового потенциала предприятий целесообразно осуществить анализ качественных показателей в рамках данной составляющей. Данную оценку можно осуществлять в трех направлениях, а именно:

- анализ психофизиологического потенциала работников;
- анализ делового потенциала работников;
- анализ социально-психологической составляющей кадрового потенциала.

Каждое из выше предложенных направлений оценки требует задействования определенных, соответствующих методов. Таким образом, в число таких методов могут войти следующие:

1. методы теоретического анализа;
2. конкретно-научные методы исследования – тестирование с помощью методик:
 - методика «Интеллектуальная лабильность»;
 - культурно-сводный тест на интеллект Р. Кеттела;
 - оценка нервно-психологического напряжения.
3. методы математической статистики.

Все методы, которые можно использовать для оценки качественных составляющих кадрового потенциала предприятий обладают определенными особенностями практического применения, преимуществами и недостатками и, следовательно, каждое предприятие должно подходить к выбору того или иного метода с учетом индивидуальных особенностей управления кадровым потенциалом, а также принятой кадровой стратегией. В таблице 1 детально представлена характеристика каждого предложенного выше метода, используемого для оценки социальной составляющей кадрового потенциала предприятий.

Анализ психофизиологического потенциала работников позволяет представить психофизиологический потенциал как физиологический потенциал и его отдельные характеристики – это половозрастная структура персонала, группа крови, конституция тела, а также как психологический потенциал и его отдельные характеристики – темперамент, характер, профессиональная направленность, способности [1]. Также психофизиологический потенциал работника можно охарактеризовать как способности и склонности человека, общее состояние его здоровья, трудоспособность, выносливость, тип нервной системы и др. [1].

В ходе данного исследования была проведена диагностика темперамента по методике Я.Стреляу. Согласно данной методике каждый работник должен пройти тестирование, в ходе которого выявляются три основные характеристики его нервной системы – уровень процесса возбуждения, уровень процесса торможения и уровень подвижности нервных процессов. Информационную основу исследования составили ответы 175 работников 14 торговых предприятий. Результаты оценки полученных данных представлены с учетом категорий персонала (рис.1.)

Таблица 1

Методология оценки социальной составляющей кадрового потенциала предприятий

№	Название/направление оценки	Автор	Характеристика, особенности применения	Направления использования
1.	Методика «Интеллектуальная лабильность» (диагностика интеллектуальной лабильности персонала)		Основной целью данной методики является исследование способности персонала переключать внимание, умение оперативно переходить от решения одних задач к другим, не допуская при этом ошибок [1]	Оценка и анализ социально-психологических составляющих кадрового потенциала предприятия
2.	Культурно-сводный тест на интеллект Р. Кеттела	Р. Кеттел	Цель данного тестирования интеллекта – измерение уровня интеллектуального развития каждого отдельного работника, вне зависимости от влияния факторов внешнего окружения [2]	Оценка и анализ социально-психологических составляющих кадрового потенциала предприятия
3.	Оценка нервно-психологического напряжения	Немчин Т.А.	Оценка нервно-психологического напряжения происходит с помощью специального опросника, в который включены несколько признаков нервно-психического напряжения. Основу разработанного опросника составили данные клинико-психологических исследований и он содержит 30 ключевых характеристик данного состояния, которые разделены на три степени выраженности [3]	-Оценка и анализ психофизиологического потенциала работников; - оценка и анализ социально-психологических составляющих кадрового потенциала предприятия

№	Название/направление оценки	Автор	Характеристика, особенности применения	Направления использования
4.	Методика диагностики оперативной оценки самочувствия, активности и настроения (САН)	Доскин В.А., Лаврентьева Н.А., Шарай В.Б., Мирошников М.П.	Методика состоит из опросника, в который входят 30 пар противоположных характеристик, по которым необходимо оценить собственное самочувствие, а также отметить степень выраженности той или иной характеристики состояния [5]	- Оценка и анализ психофизиологического потенциала работников; - оценка и анализ социально-психологических составляющих кадрового потенциала предприятия
5.	Диагностика темперамента	Ян Стреляу	Регулитивная теория темперамента Яна Стреляу призвана отделить в структуре темперамента реактивность (чувствительность индивида и его выдержку либо способность к определенному виду трудовой деятельности) и активность, которая проявляется в объеме и степени охвата предпринятых действий [4]	-Оценка и анализ психофизиологического потенциала работников

Результаты оценки темперамента работников исследуемых предприятий продемонстрировали, что большая часть работников попала в пределы нормы, также наилучшие показатели наблюдаются среди управленческого персонала, вспомогательный персонал охарактеризовался самыми низкими результатами оценки.

Дальнейшая диагностика уровня интеллектуальной лабильности также продемонстрировала, что самый высокий уровень способностей наиболее быстро переключать внимание с одного процесса на другой, при этом с минимальными ошибками характерен также для персонала управленческой категории.

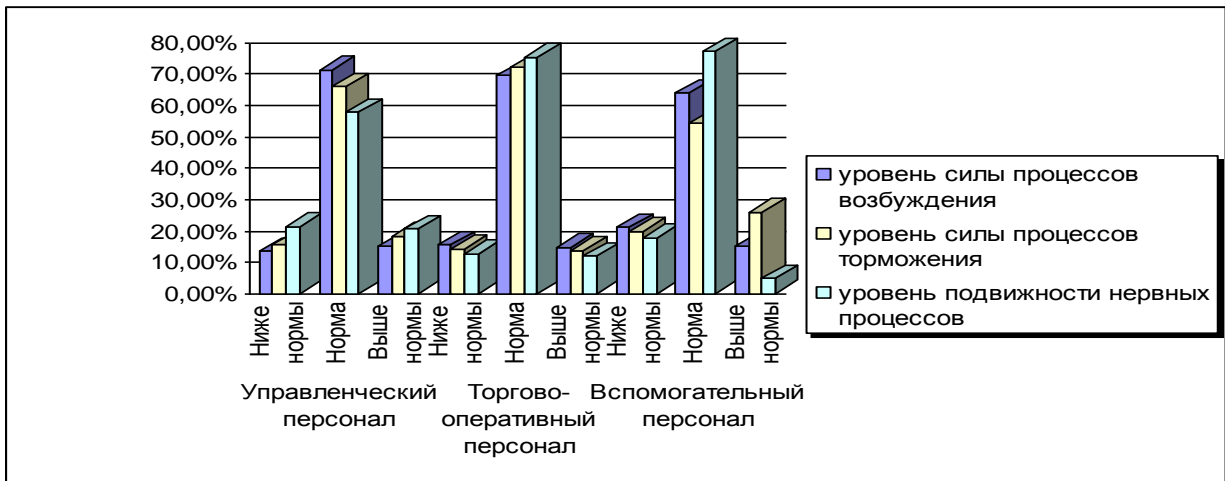


Рис. 1. Результаты диагностики темперамента по методике Я. Стреляу

Исследование уровня деловой активности персонала в рамках диагностики эффективности социальной составляющей кадрового потенциала было проведено посредством использования анкетирования, где в анкеты были включены 30 наиболее важных деловых качеств. Каждому деловому качеству методом экспертных оценок был присвоен удельный вес, а конечные результаты данной оценки были представлены в виде коэффициентов. По аналогичной методике была проведена диагностика оперативной оценки самочувствия, активности и настроения, а также оценка нервно-психологического напряжения. Результаты проведенного исследования социальной составляющей кадрового потенциала целесообразно систематизировать и представить в виде комплексного показателя состояния качественных характеристик кадрового потенциала, основу которого должны составить расчеты интегральных показателей, рассчитанные в рамках каждой отдельной методики:

$$P_{\text{компл.качеств.}} = \sqrt{\frac{P_{\text{темп.}} * k_i}{W_i} + \frac{P_{\text{лаб.}} * k_i}{W_i} + \frac{P_{\text{энпу}} * k_i}{W_i} + \frac{P_{\text{инт.разв.}} * k_i}{W_i} + \frac{P_{\text{дел.акт.}} * k_i}{W_i}} \quad (1);$$

где:

Птемп- общий интегральный показатель диагностики темперамента;

Плаб – общий интегральный показатель интеллектуальной лабильности персонала;

Пэнпу – общий интегральный показатель эмоциональной и нервно-психологической устойчивости персонала;

Пинт.разв. – общий интегральный показатель интеллектуального развития;

Пдел.акт. – общий интегральный показатель деловой активности персонала;

k_i – вес отдельных значений общих интегральных показателей (значение «ниже нормы» – 0,2; значение «норма» - 0,35; значение «выше нормы» - 0,45).

W_i – значимость каждого отдельного показателя по качественным составляющим кадрового потенциала предприятия (тип нервной деятельности – 0,2; уровень интеллектуальной лабильности – 0,15; эмоциональная и психологическая устойчивость – 0,25; уровень интеллектуального развития – 0,2; уровень деловой активности – 0,2).

Заключение. Таким образом, диагностика социальной составляющей кадрового потенциала может проводиться путем исследования его качественных составляющих, которые можно оценить с помощью пяти базовых методик, направленных на разностороннее исследование психологических, психофизиологических, социальных и личностных характеристик работников предприятий. Проводя такую оценку системно и комплексно,

можно получить целостное представление о качественной составляющей кадрового потенциала любого предприятия, выявить существующие проблемы и оперативно отреагировать.

Литература

1. Истратова О. Н. Оценка нервно-психического напряжения [Электронный ресурс] / О. Н. Истратова // Справочник психолога средней школы. – Электрон. текст. данные. – Режим доступа: <http://www.psihologu.info/content/view/531/16/>. (дата обращения 01.10.2018).
2. Культурно-свободный тест на интеллект Р. Кеттелла: краткое описание [Электронный ресурс] // А. Я. Психология. – Электрон. текст. данные. – Режим доступа: http://azps.ru/tests/tests3_iqcatel.html. (дата обращения 10.10.2018).
3. Море полезных советов [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. данные. – Режим доступа: <http://resort.wewillrich.com>. (дата обращения 10.10.2018).
4. Опросник темперамента. Я. Стреляу [Электронный ресурс] // Мир психологии: полезная информация по психологии. – Электрон. текст. данные. – Режим доступа: <http://www.psyworld.info/oprosnik-temperamenta-ya-strelyau>. (дата обращения 11.10.2018).
5. Трудовой потенциал организации: понятие, структура [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. данные. – Режим доступа: http://dps.smrtlc.ru/Od_PM/Od_01_2.htm. (дата обращения 11.10.2018).

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ ЗАТРАТ НА РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

О.А. Удалых,

*кандидат экономических наук, доцент,
заведующая кафедрой экономики ГОУ ВПО «ДОНАГРА»*

И.Н. Герасименко,

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики ГОУ ВПО «ДОНАГРА»*

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы бюджетирования затрат на развитие персонала предприятия. Исследована сущность бюджетирования как метода управления деятельностью предприятия, рассмотрены современные подходы к трактовке бюджета и процесса бюджетирования на предприятии. Систематизированы задачи, компоненты организации бюджетирования затрат на развитие персонала предприятия, предложена последовательность этапов формирования и статьи бюджета затрат на развитие персонала предприятия.

Ключевые слова: бюджет, бюджетирование, персонал, развитие персонала, обучение персонала, кадровый потенциал, мотивация.

Введение. В современных экономических условиях перед предприятиями стоит важная задача оптимизации процессов управления деятельностью предприятия. Бюджетирование как метод управления позволяет решать задачи оперативного и стратегического планирования, координировать планы предприятия, оценивать тенденции и формировать прогнозы развития предприятия. Разработка системы бюджетов позволяет контролировать и анализировать показатели деятельности по всем направлениям, обеспечивает соответствующей количественной информацией процесс принятия управленческих решений, способствует повышению эффективности системы управления предприятием.

Методы и организация исследования. Проблемам организации процесса бюджетирования на предприятии посвящены научные исследования отечественных и

зарубежных ученых, среди которых В.З. Бугай, А.В. Бугай, Ю.Ю. Ренгевич [1], Р.С. Квасницкая, С.О. Джерелейко [2], В. Наумова, Л.А. Жарикова [3], Г.Я. Остаев [4], Н.А. Сафонова [5] и другие. В результате данных научных исследований сформированы теоретические аспекты бюджетирования как метода управления, определена роль бюджетирования в организации деятельности предприятия, систематизированы принципы бюджетирования, методы и приемы бюджетного процесса.

Развитие и обучение персонала, как и другие процессы, направленные на реализацию изменений в деятельности предприятия, требуют формирования определенного бюджета затрат, сформированного с учетом современных тенденций организации кадровой работы и принципов бюджетирования. В связи с этим возникает необходимость исследования процесса формирования затрат на развитие персонала предприятия.

Целью статьи является исследование теоретических основ бюджетирования как метода управления деятельностью предприятия, а также прикладных аспектов бюджетирования при формировании бюджета затрат на развитие персонала предприятия.

Результаты и их обсуждение. В экономической литературе существуют различные подходы к трактовке сущности бюджета и процесса бюджетирования. Бюджеты, как правило, представлены в виде планов деятельности предприятия или его структурных подразделений в количественном выражении. Бюджеты могут формироваться во всех сферах деятельности предприятия, охватывая различные экономические процессы.

По мнению Наумовой Н.В. и Жариковой Л.А., бюджет – это количественное выражение показателей плана предприятия на определенный период времени по использованию ресурсов предприятия, привлечению источников финансирования деятельности, доходам и расходам, движению денежных средств, инвестициям. Основные характеристики бюджета - формализация, централизация и системность [3].

Бугай В.С. и другие считают, что бюджет представляет собой оперативный финансовый план, отражающий расходы и поступления средств по отдельным направлениям финансово-хозяйственной деятельности, скоординированный по подразделениям, который положен в основу управления финансовыми ресурсами предприятия [1, с. 11].

Остаев Г.Я. отмечает, что бюджет – это «финансовый план в стоимостном выражении, документ, обеспечивающий взаимосвязку расходов организации с имеющимися (или возможными) доходами» [4, с. 23]. При этом автор отмечает, что бюджетирование – это «финансовое планирование, охватывающее все стороны деятельности организации, позволяющее составлять все понесенные расходы и полученные доходы (результаты) в финансовых терминах на предстоящий период» [4, с. 23].

Бюджетирование – часть финансового планирования, результаты которого оформляются системой бюджетов, согласованных по направлениям деятельности и подразделениями предприятия [1, с. 11].

В работе [2] отмечено, что бюджетирование – это непрерывный процесс составления и корректировки бюджетов предприятия на основе взаимосвязанных прогнозных расчетов, которые определяют поступление и расходование средств, доходы и расходы, прибыль и убытки, а также контроля и оценки выполнения бюджетов, что способствует эффективному управлению финансовыми ресурсами и согласовывает между собой основные составляющие деятельности предприятия - финансы, снабжение, производство, сбыт с целью достижения определенных финансовых результатов [2, с. 108-109].

Бюджетирование можно трактовать как процесс выработки оптимальных направлений использования доходов и формирования затрат предприятия в ходе осуществления его деятельности на определенный период времени, то есть это процесс планирования будущих операций предприятия и оформление его результатов в виде системы бюджетов.

С точки зрения на бюджет как на план деятельности, можно рассматривать бюджетирование как планирование деятельности предприятия и его структурных подразделений с последующим контролем, анализом, внесением корректировок в результате обратной связи.

Бюджетирование можно рассматривать как управленческую технологию, которая предусматривает формирование бюджетов для выбранных объектов.

Бюджетирование описывает ряд параметров, которые можно объединить в следующие группы: назначение (цели), функции, принципы, этапы внедрения, технология бюджетного процесса и программное обеспечение [5].

Таким образом, в современных условиях можно выделить следующие подходы к трактовке сущности процесса бюджетирования:

- бюджетирование как инструмент планирования деятельности предприятия,
- бюджетирование как инструмент реализации оперативного и тактического планирования,
- бюджетирование как метод управления,
- бюджетирование как управленческая технология.

Развитие персонала в современных условиях представляет собой важнейшее направление деятельности предприятия, что обусловлено необходимостью в условиях динамично развивающейся экономики удовлетворения потребностей предприятия в кадрах соответствующей компетенции и соответствующего уровня подготовки.

По нашему мнению, бюджетирование затрат на развитие персонала – это процесс формирования плана финансирования мероприятий по развитию и обучению персонала. Цель бюджетирования затрат на развитие персонала предприятия – повышение эффективности деятельности по управлению персоналом в текущем периоде и в перспективе.

В связи с этим задачами бюджетирования затрат на развитие персонала предприятия являются:

- формирование базы данных проектов и программ развития персонала предприятия;
- обеспечение реализации плана развития и обучения персонала в текущем периоде и в перспективе;
- обеспечение взаимосвязи, координации и коммуникации структурных подразделений предприятия;
- выявление потребностей в финансовых ресурсах на развитие и обучение персонала;
- обоснование расходов предприятия на развитие и обучение персонала;
- оценка и контроль выполнения задач развития и обучения персонала и эффективности работы руководителей;
- мотивация работников путем ориентации на достижение целей организации.

На наш взгляд, формирование бюджета затрат на развитие персонала предприятия целесообразно осуществлять через реализацию последовательных этапов (рис. 1).

– Организация деятельности по предложенным этапам позволит сформировать бюджет развития персонала с целью повышения эффективности деятельности по управлению персоналом, обеспечит возможности выполнения поставленных задач развития персонала, осуществить действия аналитического и контролирующего характера.

– Организацию бюджетирования затрат на развитие персонала можно представить как совокупность обеспечивающих подсистем, что представлено на рис. 2. Все компоненты формирования бюджета тесно связаны между собой и во взаимосвязи и взаимозависимости соответствуют целям и задачам бюджетирования как элемента управления предприятием.

– Бюджет затрат на развитие персонала целесообразно формировать по статьям, сгруппированным на рис. 3.

При этом следует отметить, что набор статей может иметь существенные отличия, в зависимости специфики организационного устройства предприятия, стадии его жизненного

цикла, финансовых возможностей развития персонала, направленности стратегии развития персонала предприятия, целевых установок менеджмента.

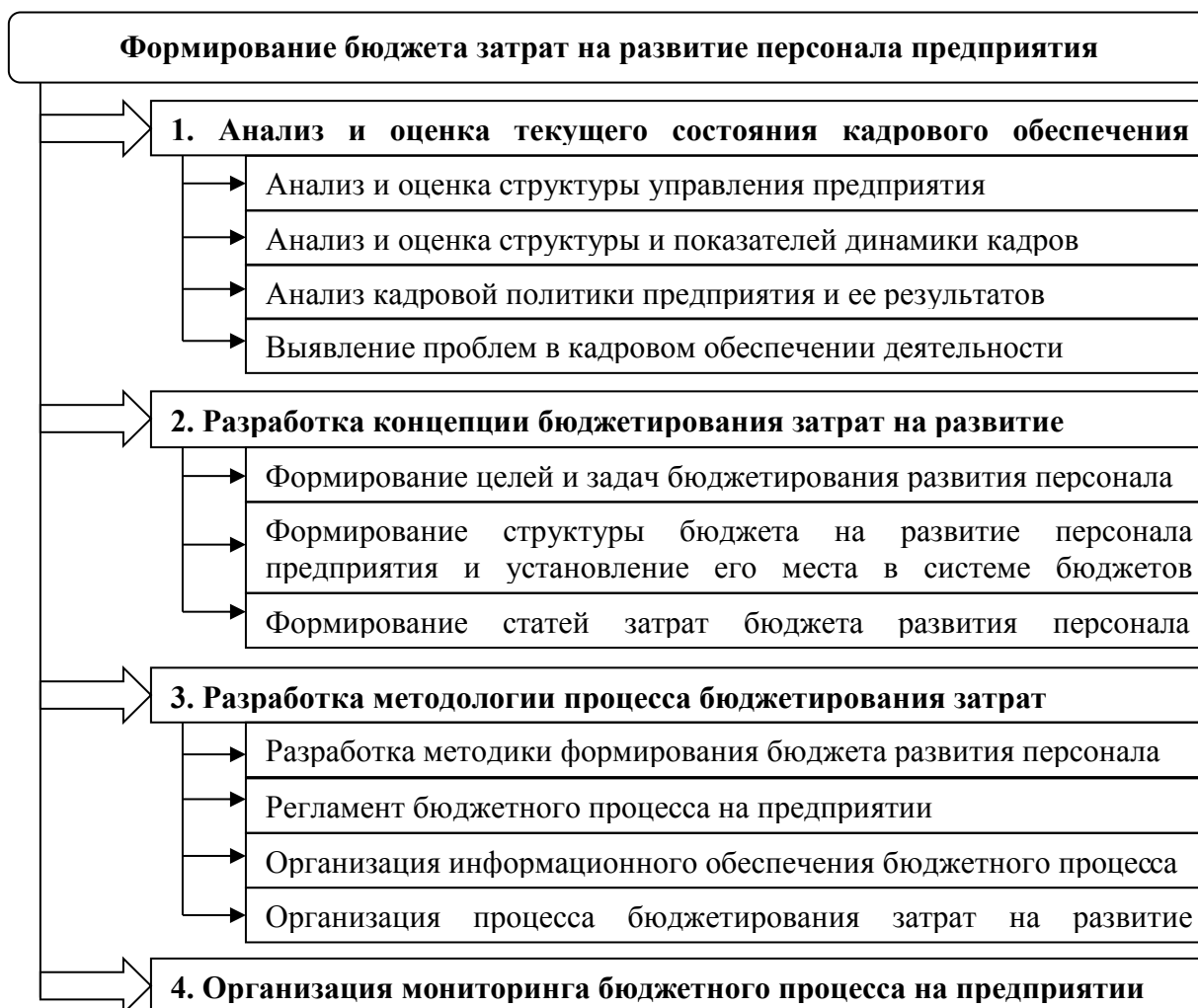


Рис. 1 Этапы формирования бюджета затрат на развитие персонала предприятия

Заключение. Бюджетирование затрат на развитие персонала – это процесс формирования плана финансирования мероприятий по развитию и обучению персонала. Цель бюджетирования затрат на развитие персонала предприятия – повышение эффективности деятельности по управлению персоналом в текущем периоде и в перспективе. Формирование бюджета затрат на развитие персонала предприятия рекомендуется выполнять как последовательность этапов, к которым относятся анализ и оценка текущего состояния кадрового обеспечения предприятия; разработка концепции бюджетирования затрат на развитие персонала; разработка методологии процесса бюджетирования затрат; организация мониторинга бюджетного процесса на предприятии. Необходимо таким образом организовать бюджетирование затрат, чтобы обеспечить взаимосвязь бюджета затрат на развитие персонала с общей системой бюджетов предприятия, обеспечить координацию с перспективными и текущими планами развития предприятия, а также учесть финансовые возможности предприятия в реализации данных планов. Перспективным направлением исследования в данном контексте представляется выбор и обоснование целесообразности использования методов разработки и реализации бюджета развития персонала с целью повышения эффективности кадровой работы, обеспеченности предприятия кадрами соответствующей квалификации и уровня профессиональных характеристик, повышения качества управленческих решений на предприятии.



Рис. 2 Компоненты организации бюджетирования затрат на развитие персонала предприятия



Рис. 3 Статьи бюджета затрат на развитие персонала предприятия

Литература

1. Бугай, В.З. Аспекти бюджетування в управлінні господарською діяльністю на підприємстві / В.З. Бугай, А.В. Бугай, Ю.Ю. Ренгевич // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – №4 (8). – С. 10-16.
2. Квасницька, Р.С. Теоретичні аспекти та принципи ефективного бюджетування на підприємствах / Р.С. Квасницька, С.О. Джерелейко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – №3. – Т.1. – С. 105-110.
3. Наумова, Н.В. Бюджетирование в деятельности предприятия : учебное пособие / Н.В. Наумова, Л.А. Жарикова. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 112 с.
4. Остаев, Г.Я. Необходимость внедрения бюджетирования в организациях / Г.Я. Остаев // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2016. – №12. – С. 24–31.
5. Сафонова, Н.А. Бюджетирование как инструмент управления предприятием / Н.А. Сафонова // Российское предпринимательство. – 2004. – №8. – Т.5. – С. 55-61.

ФОРМИРОВАНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ ГРАНИЦ КОРПОРАТИВНЫХ ЛИДЕРОВ ПРИ ВНЕДРЕНИИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОРГАНИЗАЦИЮ

Целютина Т.В.,

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом, НИУ «БелГУ»*

Великих П.К.,

*магистрант, направление подготовки «Управление персоналом»,
НИУ «БелГУ»*

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные вопросы формирования эмоциональных границ корпоративных лидеров при внедрении инновационных технологий в организацию. Проанализированы понятия «эмоциональные границы», «эмоциональная компетентность», представлена матрица отношений: «золотая середина» в определении эмоциональных границ и схема инновационного развития каждого уровня организации при выделении корпоративного лидера. В результате представлены проектные направления для улучшения эмоциональной обстановки в организации, которые необходимо включить в стратегию развития предприятия.

Ключевые слова: эмоциональные границы, корпоративный лидер, инновационные технологии, эмоциональная компетентность, барьер взаимоотношений

Введение. Качественно меняющееся социально-экономическое положение в России влечет за собой рискованные последствия приобретения и использования ресурсов в современных организациях, как финансовых, материальных, так и человеческих. Руководителям и управляющим компаний необходимо моментально реагировать на организационные изменения. Для привлечения и удержания талантливых сотрудников, использования на практике инструментов бережливого производства и внедрения инновационных HR-технологий в организации необходимо сформировать четкие эмоциональные границы корпоративных лидеров.

Современные действия и стратегии организаций, которые используют инновационные технологии в управлении эмоциональной компетентностью персоналом, приводят к укреплению конкурентоспособности на рынке, формируют позитивный имидж и увеличивают прибыль организации.

Основная часть. Термин «эмоциональные границы» в профессиональной практике руководителей и менеджеров используется не так давно. В основном проблема управления эмоциями исследовалась зарубежными авторами, которые утверждают, что «эмоциональные границы» – это осознанное отделение собственных чувств от других [2, с.

65-66]. Так же специалисты в области управления персоналом дифференцируют понятия эмоциональной компетентности и границ и считают, что «эмоциональная компетентность» – способность осознавать свои эмоции и эмоции другого человека, способность управлять своими эмоциями и эмоциями других людей и на этой основе строить взаимодействие с окружающими [1, с.283].

Для достижения гармоничных и крепких отношений в организации по отношению к коллегам и подчиненным корпоративным лидерам необходимо установить два фильтра или барьера взаимоотношений для сохранения эмоционального состояния. Первый барьер – защита себя от других людей. Второй барьер – защита других людей от себя. Схему определения эмоциональной границы можно представить следующим образом (рис 1).

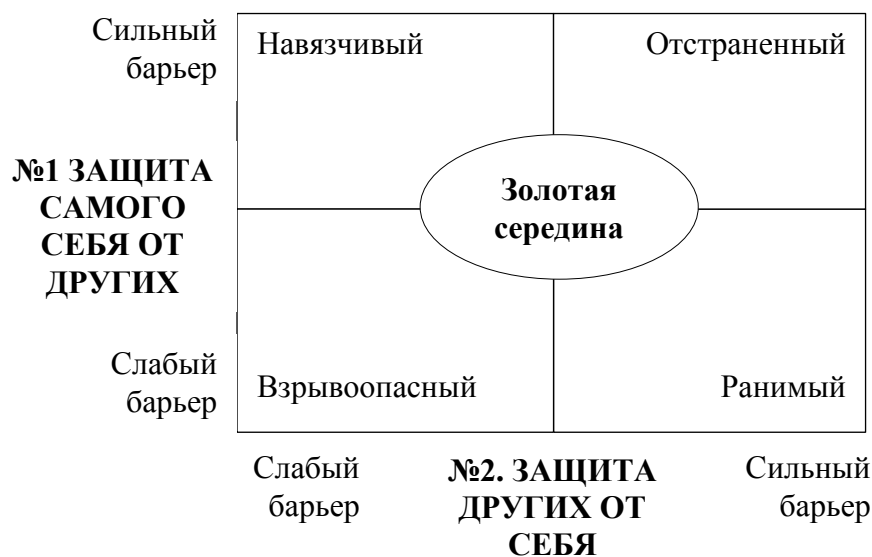


Рис. 1. Матрица отношений: «золотая середина» в определении эмоциональных границ

Барьер №1 подразумевает фильтрацию внешней информации и критики в свой адрес для рационального осознания своих функций и рабочей деятельности. Барьер №2 заключается в создании четких границ при общении с сотрудниками для комфортного взаимодействия, при разговоре необходимо тщательно выбирать свои слова и свою манеру их подачи [1, с.285].

Если оба барьера взаимоотношений находятся в слабой позиции то, эмоциональное состояние становится взрывоопасным. В данном положении менеджеры и руководители гиперчувствительны ко всему, что им говорят, и они занимают оборонительную позицию.

Если один барьер сильный, а другой — слабый, вы или навязчивы, или ранимы. В позиции «навязчивый» руководители чувствуют уверенность в себе, при этом идут напролом, тем самым огорчая коллег. В таком эмоциональном состоянии лидеры открыто осуждают или хвалят, но со стороны это выглядит откровенно, т.е. такая коммуникация подразумевает действия, которые совершаются одной стороной без обратной связи.

Находясь в состоянии «ранимый» у руководителя действует механизм защиты окружающих от себя, тем самым оставаясь открытым для всех.

Если оба барьера становятся сильными, то в этом положении менеджеры отстраняются и погружаются в себя, что выглядит как безразличие ко всему происходящему. При нахождении «золотой середины» руководители приходят в гармонию с самим собой и окружением, становятся уверенными в своих силах и грамотно налаживают информационно-коммуникационные каналы с сотрудниками, вследствие чего оптимизируется социально-психологический климат организации для введения инновационной деятельности [2, с. 60].

Эффективное распределение границ эмоционального состояния корпоративных лидеров обеспечит на каждом уровне открытую двухстороннюю связь, организует инновационную деятельность и обеспечит успешный результат запущенных в разработку проектов (рис 2).

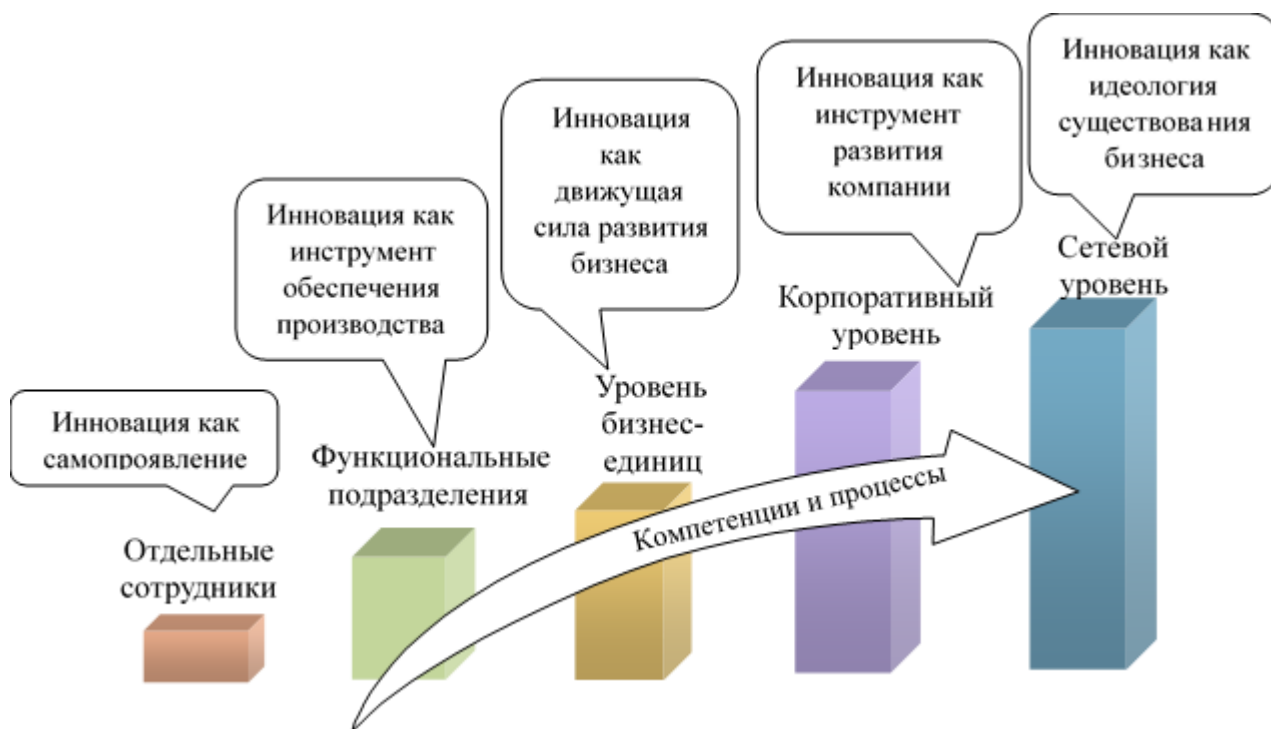


Рис. 2. Инновационное развитие каждого уровня организации при выделении корпоративного лидера

Современные руководители прибегают к новому методу внедрения инновационных технологий в компании – создание команды изменений во главе с корпоративным лидером, который умеет управлять эмоциями.

Целью корпоративного лидера является «эмоциональное заражение» людей, для успешной реализации поставленной задачи инновационного изменения. Команда изменений – команда реформаторов. Ключевая задача команды: проинформировать сотрудников организации о значимости и организационных изменений в компании. Команда реформаторов – это группа людей, разделяющих единые взгляды и объединившие свои усилия на достижение целей, отражающих их видение [1, с. 283-284]. Для развития эмоционального лидерства и генерации гениальных инновационных идей необходимо использовать имеющиеся в организации активы.

1) Дать свободу корпоративным лидерам. Освободить творческих людей от дублирования исходящей управленческой информации и регламентирующих документов для выработки собственных инструментов, при реализации собственных идей.

2) Обеспечение поддержки. У корпоративных лидеров должны быть грамотные, понимающие и заинтересованные в них кураторы, способные обеспечить всестороннюю поддержку своим подопечным.

3) Открытость и заинтересованность. Корпоративный лидер открыт для новых нестандартных идей, для взаимодействия с подчиненными, внешними партнерами по бизнесу, всегда может выслушать и дать совет.

Заключение. Инновационные внедрения в организации являются рискованным шагом не только для организации, но и для руководителя и сотрудников, поэтому без основательного эмоционального настроя и психологической подготовки можно потерять много талантливых сотрудников. В последнее время стало актуально и престижно говорить о формировании лояльности сотрудников к компании и разработке стратегических методов

удержания ценных сотрудников [3, с. 110]. Следовательно, для функциональности проектных идей, поддержания благоприятных взаимоотношений руководства и сотрудников, бесперебойной и прибыльной работы организации, менеджерам, необходимо включить в стратегию развития предприятия следующие направления:

1) Разработка Программы «Управление эмоциональной компетентностью: профилактика и разрешение психологической напряженности» по снижению эмоционального выгорания и улучшению социально-психологической настроенности;

2) Разработка и внедрение прогрессивной модели компетенций работников управленческого звена для формирования иномформационно-коммуникационных каналов;

3) Разработка комплекса программ и планов по изучению инновационных методов в управлении человеческими ресурсами на основе укрепления элементов корпоративных изменений и оптимизации корпоративной культуры в условиях организационных изменений.

Литература

1. Великих, П. К. Инновационное лидерство. Стратеги развития современных управленцев [Текст] / П. К. Великих // WORLDSCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS: сборник статей XX Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». –2018. –С.283-285.

2. Мищенко, А.А. Эмоциональная составляющая труда персонала в культурном пространстве организации [Текст] / А.А. Мищенко // Вестник Тамбовского государственного университета им. Г. Р. Державина. – 2016. – № 6 (122). – С. 60-66.

3. Третьякова, Л. А. Социально-экономические аспекты формирования организационной лояльности [Текст] / Л. А. Третьякова, Т. В. Целютина, Е. Ю. Кравченко // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2018. – № 1 (68). – С. 107-115.

КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ МЕНЕДЖЕРА КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Целютина Т.В.,

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом, НИУ «БелГУ»*

Ченцова Е.В.,

*магистрант, направление подготовки «Управление персоналом»,
НИУ «БелГУ»*

Аннотация. В статье раскрываются роль и место коммуникативной компетентности менеджера в развитии и координации проектного управления. Анализируются модели коммуникативной компетентности руководителя. Автор делает вывод, что развитие коммуникативной компетентности менеджера позволяет укреплять приоритетные стратегические направления в модернизации организационного управления и способно существенно повлиять на моделирование содержания различных проектов и организационных отношений внутри корпоративных структур.

Ключевые слова: коммуникативная компетентность, проектное управление, управление персоналом, консультационно-информационные каналы, лидерство, кадровый менеджмент

Введение. На всех стадиях развития организации проектная деятельность и управленческая культура ее руководителя (HR-лидера) во многом может определять кадровый менеджмент организации. В очень большой степени, влияние лидера или основателя компании на управление проектами проявляется, если он является сильной

(ярко выраженная управленческая культура) личностью, а организация только создается. Для поддержания высокого уровня управления персоналом проекта организации очень важно уделять внимание формированию коммуникативной компетентности руководителя. Именно коммуникативная компетентность позволяет менеджерам любого уровня качественно выстраивать взаимодействие всех элементов проектной деятельности с внутренней и внешней средой организации, быстро строить стратегические бизнес-проекты, укреплять лояльность, мотивацию и развитие персонала, решать конфликтные ситуации с высокой степенью эффективности, и просто не доводить ситуации до конфликта.

Основной текст. Теоретики и практики, анализируя систему управления персоналом в рамках проектной деятельности, обычно отводят именно корпоративной культуре и внутриорганизационным коммуникациям роль образования ценностей, нормативную регуляцию и регулирование коммуникационных компетенций. Можно сказать, что данная функция является производной коммуникативной функции. Все эти принципы помогут совместно подвести персонал и управление проектами к созданию интересов, которые они разделяют коллективно.

Управление персоналом проекта правомерно представить следующим образом (рис. 1). Назначение персонала – включенность человеческих ресурсов на выполнение работ проекта.

<p>ВАЖНО развивать и укреплять:</p>	<p>Личные качества (способность работать в команде). Коммуникативные компетенции. Эмоциональный интеллект. Логическое мышление.</p> <hr/> <p>Предшествующий опыт работы. Личные интересы.</p> <hr/> <p>Доступность в требуемое время. Возможность влияния команды проекта на организацию.</p> <hr/>
--	---

Рис. 1 Управление персоналом проекта

Коммуникативная компетентность – «совокупность знаний, умений и навыков эффективного общения, – это то, чему необходимо специально обучать, используя при этом интенсивные технологии в условиях интерактивного взаимодействия» [1, с. 128].

Коммуникативная компетентность включает следующие умения и навыки:

- инициировать и вступать в контакт;
- формировать благоприятное первое впечатление;
- задавать вопросы и отвечать на них;
- вести беседу, кратко и точно выражать свои мысли;
- стимулировать собеседника к прояснению его позиции, высказываний;
- слушать, услышать и понять то, что имел в виду собеседник;
- осуществлять обратную связь, т. е. передать партнеру, что его услышали и поняли;
- выравнивать эмоциональное напряжение в беседе, в дискуссии;
- считывать и грамотно интерпретировать невербальные сигналы собеседника (взгляд, мимику, жесты, позы);
- управлять собственными экспрессивными сигналами в процессе общения;
- эффективно взаимодействовать с другими, осуществляя сотрудничество;
- владеть моделями общения;
- использовать в процессе взаимодействия разнообразные стили общения;
- понимать специфику речевых жанров и коммуникативных средств достижения цели при взаимодействии.

Под коммуникативной компетентностью обычно понимается способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с другими людьми. В состав компетентности включают совокупность знаний, умений и навыков, обеспечивающих

эффективное общение. Такого рода компетентность предполагает умение изменять глубину и круг общения, понимать и быть понятым партнерами по общению.

Коммуникативная компетентность – это развивающийся и в значительной мере осознаваемый опыт общения между людьми, который формируется в условиях непосредственного взаимодействия. Процесс совершенствования коммуникативной компетентности связан с развитием личности. Г. Бакирова делает акцент на таких областях производственной практики, где коммуникативная компетентность руководителя безусловна, это, прежде всего: прием на работу, адаптация персонала, индивидуальная оценка персонала, распределение информации внутри организации [2, с. 69]. На наш взгляд, области производственной практики гораздо шире (рис. 2) [4].

Во-первых, при приеме на работу, ведь для достижения целей этого направления деятельности руководителя нужно как минимум проинформировать потенциального работника о предприятии, а именно: о его местоположении, размерах, производственных возможностях, конкуренции, финансовом положении, о внутренней политике, об организационной структуре, о той должности, на которую отбирают работника, о его перспективах и т.д. Кроме того, нужно узнать как можно больше о претенденте, чтобы установить, в какой мере он соответствует требованиям на вакантную должность.

Во-вторых, коммуникативная компетентность руководителя очень важна при адаптации персонала. В этом случае цель руководителя – сформировать у работника чувство уверенности, ощущение организации как своей, не чужой. Для этого: «новичка» знакомят с коллегами, с менеджерами и подчиненными; объясняют политику и философию организации; сообщают о процедурах, условиях работы, режиме работы; показывают основные подразделения, помещения и т.п. Если перечисленные задачи выполняются недостаточно хорошо, «новичок» может очень скоро уволиться, а это становится проблемой, если он является квалифицированным и необходимым для организации сотрудником.

В-третьих, коммуникативная компетентность руководителя является необходимым условием при распределении информации внутри организации. Для выполнения работы персоналу организации нужна: своевременная, неискаженная, надежная информация, которая обычно передается в процессе коммуникации по одному из возможных каналов. Кроме этого, работник нуждается в информации о своей роли в организации, о том, как он справляется с заданиями. Индивидуальная оценка персонала тоже область, где без коммуникативной компетентности не обойтись, так как это одно из важных направлений в управлении человеческими ресурсами. Для того чтобы процесс оценки не превратился в возможность лишней раз покритиковать работников, важно научить менеджеров делать это грамотно: так, чтобы после беседы у работников мотивация к труду повысилась, а не понизилась.

Таким образом, оценка также осуществляется и в процессе коммуникации менеджера с подчиненными. И качество этой коммуникации очень важно для решения многих вопросов, а главное – для формирования мотивации работать лучше и для достижения удовлетворенности трудом у работников. Известно, что существенное влияние на формирование и поддержание корпоративной культуры, наряду с ее регламентацией, оказывает стиль руководства, под которым принято понимать совокупность типичных, наиболее устойчивых приемов практической деятельности руководителей. Стиль руководства во многом определяет общий (фирменный) стиль организации, внешние признаки которого отражаются в символике организации (логотип, флаг, эмблема, фирменная одежда, торговые знаки и т. п.), визуальном восприятии офиса, зданий, сооружений, производственной территории, рабочих мест, поведения персонала.

Наделение руководителей властно-распорядительными полномочиями позволяет им оказывать определяющее воздействие на деятельность и поведение подчиненных им сотрудников. Основными средствами воздействия при этом выступают их право на принуждение, воля, авторитет, харизма, опыт и талант. Однако в современных условиях

влияние руководителей, как показывает анализ, обеспечивается не столько мощью административной машины, сколько общими разделяемыми и реализуемыми сотрудниками организации ценностями и прогнозируемыми реакциями руководителей на быстро изменяющиеся условия ведения бизнеса. В связи с этим критически важным для руководителей, становится умение оказывать влияние, «не обладая правом владения на предмет влияния». Интеллектуальное лидерство сегодня не менее важно, чем административное или харизматическое. И очень многое при этом зависит от уровня личной культуры руководителей.

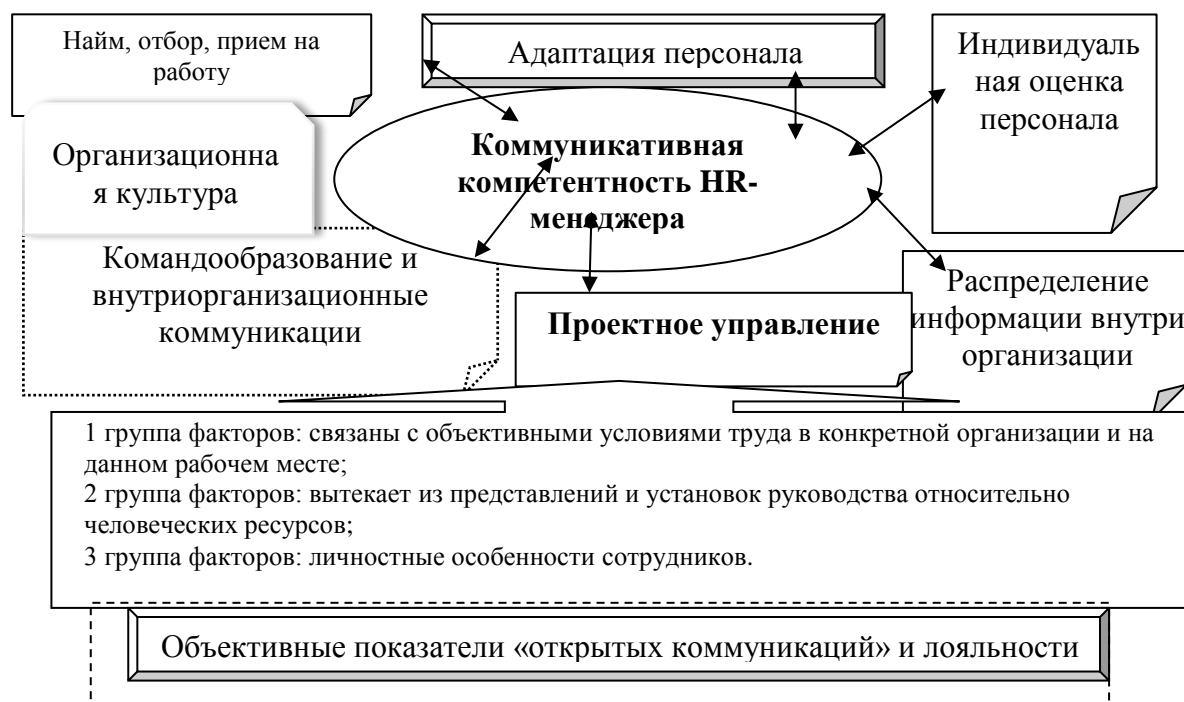


Рис. 2 Области производственной практики, где необходима коммуникативная компетентность менеджера

Рассмотрим модели коммуникативной компетентности руководителя. Выполнение функциональных задач руководителя основывается на коммуникациях. Руководитель в ходе межличностного взаимодействия обсуждает планы, ставит задачи перед подчиненными, формулирует права и обязанности сотрудников, распределяет административный ресурс, делегируя полномочия, определяет средства достижения целей и методы контроля. Всё это происходит в виде управленческого общения, которое является видом внутренних вертикальных коммуникации, происходит в формальной и неформальной сферах взаимодействия руководителя и сотрудников организации по поводу выполнения производственных задач. Оно осуществляется руководителем в виде целесообразного регулирования деятельности персонала организации в необходимом направлении.

Формами управленческого общения являются:

1) изложение поручения руководителя в формальном распорядительном виде (дать распоряжение, команду, издать приказ, указать, поручить, рекомендовать для исполнения); содержание поручения может быть письменным или устным, персональным или выданным группе соисполнителей, единовременным или постоянным, конкретным или мобилизующим и т.д.;

2) изложение мнения руководства в неформальном виде (пожелание, рекомендация, совет, намёк, мотивация, опосредованное поручение);

3) получение по обратной связи от сотрудников информации о ходе выполнения формального поручения или неформального мнения руководителя;

4) оценка руководителем соответствия первоначальному содержанию управленческой идеи фактического выполнения поручения сотрудником;

5) организация мониторинга психологического состояния и работоспособности коллектива.

Общение руководителя с коллегами – топ-менеджерами и подчинённым персоналом – является сложной функциональной системой взаимодействия. Оно происходит либо в виде горизонтальных (отношений равноправных субъектов управления), либо в виде горизонтальных связей (отношения в рамках соподчинённости). Кроме того, в структуре управления организацией различаются линейные и функциональные связи. Первые представляют собой коммуникации непосредственного руководителя с подчинёнными сотрудниками. Вторые – отношения подчинённого исполнителя с рядом функциональных руководителей. Для функциональных связей характерно более квалифицированное и менее консолидированное управленческое воздействие на подчинённого.

Управленческое решение укладывается в функциональный ряд коммуникаций по поводу:

- 1) выработки идеологии управленческих решений;
- 2) практической организации управленческих решений;
- 3) контроля над реализацией управленческих решений;
- 4) тестирование психологического состояния их исполнителей.

Если руководитель хочет достигнуть высоких результатов для своей организации он должен взять на себя обязанность соответствовать роли «коммуникативного лидера», т.е. личности, которая обладает определенными индивидуальными свойствами и характеристиками (коммуникабельностью, харизмой и др.). Говоря о коммуникативном лидере, стоит остановиться на параметрах, которые будут его характеризовать и как они должны проявляться в его коммуникативной деятельности в организации (рис. 3). Данная структурная модель коммуникативной компетентности опирается на разработанную Д.П. Гавра транзакционную модель коммуникативной личности [3, с. 131].



Рис. 3 Параметры коммуникативного HR лидера-руководителя

Структурная модель коммуникативной компетентности менеджера

Коммуникативная компетентность HR-менеджера		
Абилитационная компетентность	Когнитивная компетентность	Операциональная компетентность
<ul style="list-style-type: none"> - Уровень развитости параметра перцептивности; - Уровень развитости параметра скорости реагирования на стимулы внешней среды; - Уровень развитости параметра внимательности; - Уровень развитости мнемического (параметра памяти) параметра; - Уровень развитости параметра способности к обработке массивов информации различного объема; - Уровень развитости параметра эмпатии; - Уровень развитости параметра обаяния; - Уровень развитости параметра интроспекции и рефлексивности; - Уровень развитости параметра транзитивности. 	<ul style="list-style-type: none"> - Уровень знания правил кодирования, кодов и кодовых систем, обеспечивающих адекватное кодирование и декодирование информации в ходе коммуникативного взаимодействия; - Уровень знания правил согласования знаков, ведущих к образованию текстов; - Уровень знания норм и правил применения тех или иных знаков и знаковых систем в различных коммуникативных ситуациях; - Уровень знания основных элементов культуры социума или каких-либо его частей, в пределах которых осуществляется взаимодействие, в том числе норм, ценностей, верований, стереотипов, предрассудков и т.п.; - Уровень знания характеристик основных каналов коммуникации, по которым может передаваться сообщение; - Уровень знания критериев и методов оценки собственной коммуникативной компетентности, коммуникативных характеристик и коммуникативной компетентности партнеров по коммуникации. 	<ul style="list-style-type: none"> Уровень умений и навыков определения характера и прагматических параметров коммуникативной ситуации для выбора релевантных ей коммуникативных средств; - Уровень практического владения кодовыми системами вербальной и невербальной коммуникации; - Уровень умений кодировать и декодировать, пользоваться индивидуальным запасом вербальных и невербальных средств для обеспечения эффективной коммуникации; - Уровень умений и навыков выстраивания дискурса в соответствии нормами и правилами, задаваемыми культурным контекстом коммуникации; - Уровень умений и навыков варьирования коммуникативными средствами в процессе взаимодействия в зависимости от динамики коммуникативной ситуации; - Уровень умений и навыков выбора каналов коммуникации, адекватных цели коммуникатора и релевантных ситуации взаимодействия; - Уровень умений и навыков коммуникативной интроспекции и рефлексии; - Уровень умений и навыков оценки коммуникативных практик и коммуникативной компетентности партнеров по общению. - Уровень умений и навыков идентификации и преодоления коммуникативных шумов и барьеров коммуникации.

Возможны два подхода к построению структурной схемы коммуникативной компетентности – широкий и узкий. Широкий или комплексный подход «предполагает использовать для формирования требуемой структуры все потенциально подпадающие под определение коммуникативной компетентности элементы трансакционной модели коммуникативной личности». Как показывает анализ, эти компоненты функционируют в составе абилитационного, ресурсно-когнитивного и операционального блоков характеристик коммуникативной личности. В результате комплексная структурная модель коммуникативной компетентности личности приобретает следующий вид.

Узкий или операциональный подход из всего комплекса характеристик коммуникативной личности в качестве базы для построения модели коммуникативной компетентности оставляет только операциональный блок – блок умений и навыков. Методологические основания для такого ограничения заключаются в том, что «сфера коммуникативных умений и навыков – это последний, высший уровень трансакционной модели, надстроенный над всеми остальными уровнями. При этом реализуется логика: чем в большей степени коммуникативные умения и навыки личности соответствуют социально признанным нормам, чем в большей степени они развиты в пределах нормативного диапазона, тем большей коммуникативной компетентностью обладает данная личность».

Заключение. Эффективность управления людьми и проектными процессами в основном зависит от стремления к саморазвитию и обучению руководителя (HR-менеджера), образованности, личностных качеств и способностей, ответственности и достаточно хорошо развитого набора профессиональных управленческих характеристик. Развитая коммуникативная компетентность зачастую позволяет руководителю эффективно реализовать определенную проектную стратегию в коммуникации, становится основой эффективной реализации профессиональных планов и проектов, организации профессиональных действий. Коммуникативная компетентность выступает, прежде всего, как инструмент для эффективного управления персоналом и проектного управления в целом.

Литература

1) HR-менеджмент в условиях геополитической турбулентности: инновационные способы формирования и поиск новых возможностей развития: монография / Л.А. Третьякова, Т.В. Целютина, Ж.Н. Авилова, Ю.В. Астахов, Л.А. Минаева, Л.И. Проняева, Ю.О. Шаврина. Белгород: Эпицентр, 2016. 184 с.

2) Бадаева, И.М. Влияние управленческой компетентности руководителя на формирование организационной культуры профессиональной образовательной организации / И.М. Бадаева // Пензенский психологический вестник. – 2016. – № 2 (7). – С. 60-74.

3) Комаров, А.В. Влияние компетентностей руководителя на эффективность деятельности организации / А.В. Комаров, Д.Ю. Брюханов // Актуальные проблемы экономики и права. – 2015. – №4 (36). – С. 131-140.

4) Целютина, Т.В. Влияние социально-личностных компетенций на развитие, мотивацию и обучение персонала в инклюзивном образовании / Т.В. Целютина, О.Г. Кривенко // Управление человеческими ресурсами в современном мире: тенденции и вызовы XXI столетия: сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции. -Белгород: Эпицентр, 2016. – С. 162-166.

РАЗВИТИЕ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА И LEAN-ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЧИВОЙ VUCA СРЕДЫ

Целютина Т.В.,

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом, НИУ «БелГУ»*

Е.В. Филатова,

*магистрант, направление подготовки «Управление персоналом»,
НИУ «БелГУ»*

Аннотация. В статье рассматриваются основные направления перехода на принципы «бережливого производства»: кадровый аспект. Актуализируется проблематика эффективного использования человеческих ресурсов на предприятии с применением инструментов концепции бережливого производства. Проанализированы современные lean-технологии и разработана функциональная модель управления системой развития и обучения персонала в условиях бережливого производства. В результате представлены проектные предложения по рационализации деятельности персонала при внедрении бережливого производства в организацию.

Ключевые слова: бережливое производство, lean-персонал, lean-технологии, эффективный менеджмент, управление человеческими ресурсами, VUCA среда, модель обучения руководителей и сотрудников.

Введение. Изменчивость – неотъемлемая часть существования в условиях постоянной экономии HR-ресурсов, их удорожания. Одной из основных стратегических задач современных организаций, является оптимизация системы развития и использования персонала в условиях VUCA среды и перехода на принципы бережливого производства.

VUCA среда – это:

V → Volatility (нестабильность);

U → Uncertainty (неопределенность);

C → Complexity (сложность);

A → Ambiguity (двусмысленность).

Концепция менеджмента и поведения персонала основаны на неуклонном стремлении к устранению всех видов потерь. Анализ концепций применения технологий бережливого производства позволил нам разработать рекомендации по укреплению организационного поведения, коммуникационно-информационных каналов между звеньями управления и развитию навыков делегирования для HR-руководителей, которые включают также возможности перехода на принципы бережливого производства всех категорий персонала [3, с. 283-284].

Результаты управления инновационным потенциалом во многом зависят от эффективности управленческой деятельности, которая должна быть правильно смоделирована и обеспечивать формирование и реализацию наилучшего варианта его развития и конкурентных преимуществ. Среди направлений повышения эффективности управления развитием персонала, основанных на применении малозатратных мероприятий, следует отметить оптимизацию системы административного управления путем стандартизации и интеграции систем менеджмента, применение прогрессивной модели компетенций работников управленческого звена для формирования системы управления организационным поведением [1, с.114].

Основная часть. При решении проблемы повышения эффективности и конкурентоспособности своего развития, организациям необходимо делать акцент на три базовых элемента (эффективное использование кадрового потенциала; эффективный кадровый менеджмент; эффективное производство), при сохранении значимости фундаментального, стратегического базиса – персонала (рис.1).



Рис. 1 Модель управления системой развития и использования персонала в условиях бережливого производства

Выделим специфику и охарактеризуем основные элементы разработанной нами модели повышения эффективности деятельности руководителей, основанной на принципах бережливого производства, консультационных семинарах и тренингах (рис. 2).

Базовым элементом современной модели развития организаций должно стать эффективное производство, включающее обязательную подсистему бережливого производства. На наш взгляд, должны быть формализованы все бизнес-процессы и ключевые показатели эффективности, прописана стратегия развития с учетом рисков и система мотивации высшего руководства, а также другие структурные положения, регламентирующие развитие и укрепления подсистем управления организационным поведением. Нужно исключить «мертвые» документы, стратегии, выхваченные из контекста методологии развития кадрового менеджмента.

Бережливое производство затрагивает не только изготовление продукции («бережливое производство»), но и управление («бережливое управление»), администрирование всех бизнес-процессов, деловой документооборот («бережливый офис»), производственные и опытно-конструкторские разработки («бережливые разработки»). Следует отметить, что бережливое производство – это, прежде всего, бережливая самоорганизация персонала, основанная на бережливом мышлении, которое связано с культурой и ментальностью всех работников компании.

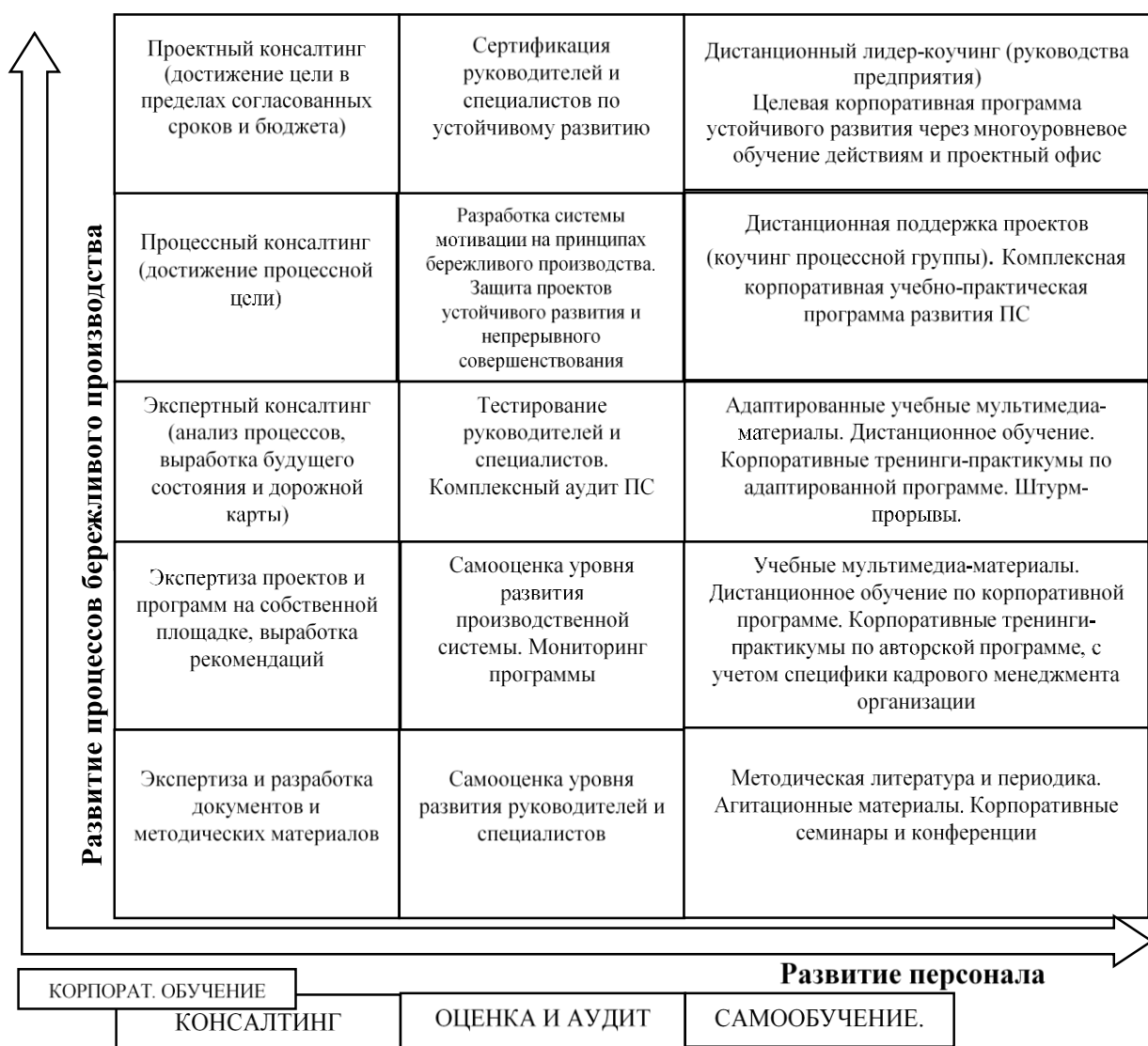


Рис. 2 Модель обучения руководителей и сотрудников для новой концепции бережливого производства

Несмотря на функциональную разнонаправленность идеи «бережливости», значимую роль в ее реализации играют сотрудники, как стратегический ресурс эффективного развития компании. Концепция бережливого производства сосредоточена на важности уважительного отношения к сотрудникам и создании способов, позволяющих персоналу думать и предлагать улучшения. Руководитель сможет достигать цели совместной деятельности благодаря тому, что умножит свои физические и интеллектуальные силы за счет коллективных сил подчиненных и целенаправленно будет их использовать. Это и является задачей руководителя любого управленческого уровня. Неумение выстраивать межличностные отношения, нелюбовь к своим партнерам и к себе порождает безынициативность, равнодушие и чувство вседозволенности. Осознание необходимости безотлагательного решения проблемы по улучшению поведения людей является основой для создания новой корпоративной культуры на предприятии и укрепления лояльности. В последнее время стало актуально и престижно говорить о формировании лояльности сотрудников к компании и разработке стратегических методов удержания ценных сотрудников [1, с. 110].

С некоторой долей условности, представим модель внедрения бережливого производства, где главным элементом выделим – формирование подсистемы управления человеческими ресурсами (рис. 3) [5].

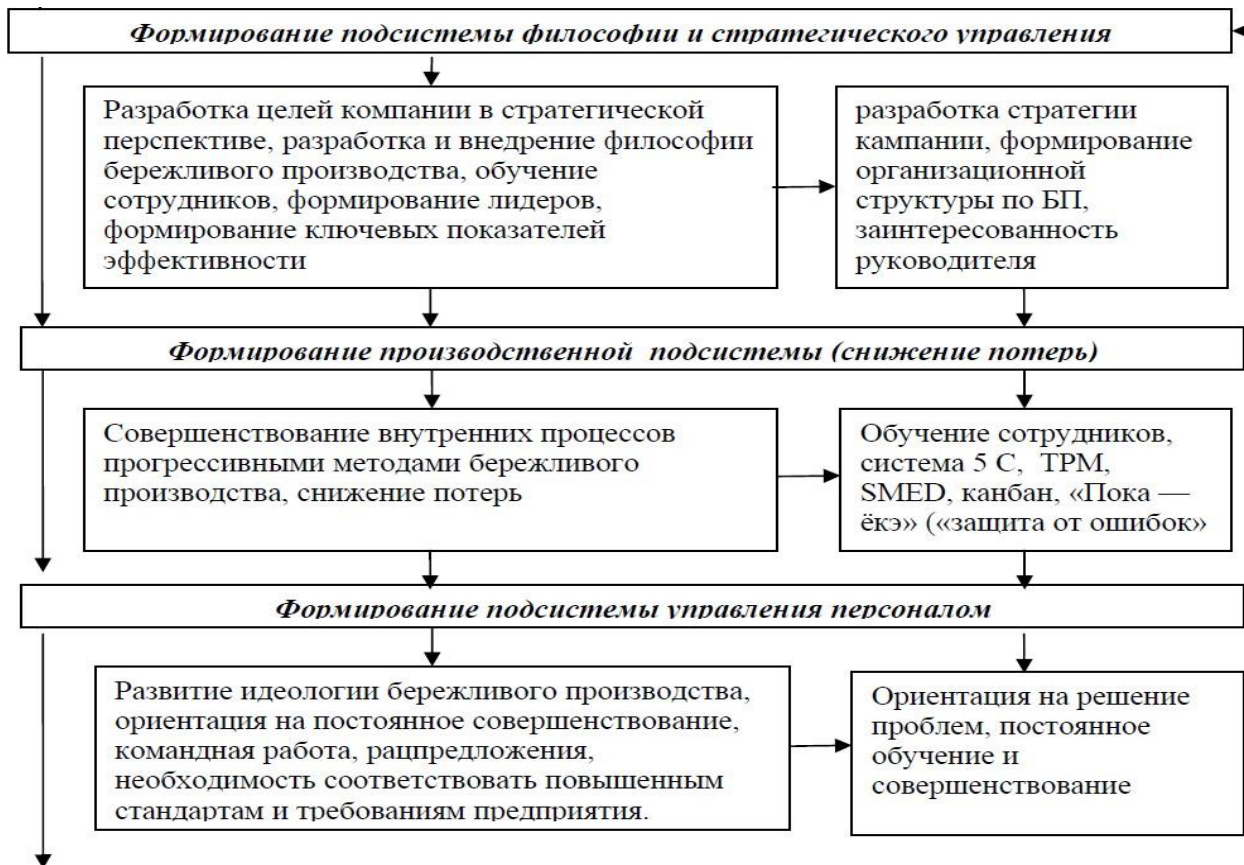


Рис. 3 Оптимальная модель внедрения бережливого производства

Выделим 13 HR-идей для эффективного внедрения и развития бережливого производства:

1. Вовлеченность персонала,
2. Лидерство руководства,
3. Командная работа и мобильное управление организационным поведением,
4. Рациональные предложения,
5. Правильная кадровая политика,
6. Управление изменением сознания и ответственности,
7. Точно в срок как компетентность,
8. Умение видеть потери,
9. Подготовка специалистов,
10. Постоянное совершенствование,
11. HОТ,
12. Производственная педагогика,
13. Инициативность.

Заключение. На наш взгляд, структурные компоненты современной модели эффективного развития организации в долгосрочной перспективе должны опираться, прежде всего, на традиционные составляющие: инструменты и меры операционного и стратегического управления, функциональные направления менеджмента (инновационный, производственный, кадровый, финансовый). Так как, согласно Э. Демингу [3, с. 289], самые серьезные проблемы, с которыми сталкивается менеджмент современной организации: отсутствие постоянства целей; сиюминутная выгода; система аттестации и ранжирования персонала; перескакивание управляющих с места на место; использование только количественных критериев – это препятствия, стоящие на пути к преобразованиям, которые

он назвал «смертельными болезнями». И их проявление приведет к разрушению хозяйственной системы.

Таким образом, необходимость развития бережливого производства становится особенно важной в условиях перехода российской экономики на инновационный путь развития. Поэтому для рационального использования и применения инструментов Lean-производства на практике, руководителям организаций необходимо разработать стратегию развития организации, которая должна включать:

- 1) систему мероприятий для упорядочения и эффективности рабочей деятельности сотрудников;
- 2) прогрессирующую модель компетенций для талантливых работников;
- 3) программу по снижению эмоционального выгорания и психологической напряженности коллектива;
- 4) Программу управления организационным поведением на основе развития бережливого производства.

Предлагаемые мероприятия по развитию бережливого производства обеспечат реализацию потенциала предприятий для повышения конкурентоспособности как продукции, так и персонала, создадут условия, для привлечения и удержания высокопотенциальных сотрудников, а также аккумулирует механизм командной работы и организует работу по снижению потерь и эффективному управлению трудовыми ресурсами.

Литература

1. Третьякова, Л. А. Социально-экономические аспекты формирования организационной лояльности [Текст] / Л. А. Третьякова, Т. В. Целютина, Е. Ю. Кравченко // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2018. – № 1 (68). – С. 107-115.
2. Ферару, Г. С. Современные подходы к управлению персоналом в условиях реализации Lean-технологий [Текст] / Г. С. Ферару // Иннов: электронный научный журнал. – 2016. – №3 (28). – URL: <http://www.innov.ru/science/economy/sovremennye-podkhody-k-upravleniyu/> (дата обращения: 19.05.2018 г.).
3. Филимонова, Ю. В. Повышение эффективности производства на основе применения инструментов концепции «Бережливое производство» [Текст] / Ю. В. Филимонова, Д. Д. Арсентьева // Вестник Ангарского государственного технического университета. – 2017. – № 11. – С. 283-289.
4. Черкасская, Г. А. Бережливое производство и инструменты организации управления производством [Текст] / Г. А. Черкасская // Вопросы науки и образования. – 2017. – № 11 (12). – С. 119-120.
5. Целютина Т.В. HR-менеджмент в условиях геополитической турбулентности: инновационные способы формирования и поиск новых возможностей развития: монография/Л.А. Третьякова, Т.В. Целютина, Ж.Н. Авилова, Ю.В. Астахов, Л.А. Минаева, Л.И. Проняева, Ю.О. Шаврина. -Белгород: ООО «ЭПИЦЕНТР», 2016. -184 с.

УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ ПОВЕДЕНИЕМ НА ОСНОВЕ УКРЕПЛЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Целютина Т.В.,

кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом, НИУ «БелГУ»

Черкасских К.А.,

магистрант, направление подготовки «Управление персоналом», НИУ «БелГУ»

Аннотация. В статье раскрываются роль и место организационного поведения в системе укрепления кадровой политики и повышения конкурентоспособности организации. Анализируется корпоративная культура как регулятор организационного поведения персонала. Авторы предлагают разрабатывать программы обучения по управлению организационным поведением как инструмент совершенствования корпоративной культуры организации.

Ключевые слова: организационное поведение, корпоративная культура, программы обучения, управление персоналом, кадровый менеджмент

Введение. Организационные изменения, происходящие во внешней и внутренней средах крупных предприятий, появление новых видов и стилей поведения, манипуляций, межличностных коммуникаций, современных знаний о человеческом поведении обуславливают необходимость разработки и реализации на практике моделей управления организационным поведением, отвечающим требованиям сильной корпоративной культуры, которую разделяют руководители и весь персонал. В этих моделях должны находить воплощение технологии партнерства, командной работы, вовлечения, самоконтроля, ориентации на удовлетворение потребностей более высокого порядка, самореализации [1]. Происходит ускоренное и углубленное осознание организациями своих интересов и целей, высокие темпы коммерциализации, информатизации, технологические прогрессы актуализируют проблему исследования новых, более совершенных форм и методов обучения персонала механизмам управления организационным поведением на основе укрепления элементов корпоративной культуры.

Основной текст. *Организационное поведение* – это изучение поведения людей и групп в организациях, формирование поведенческих моделей и разработка навыков и практического использования полученных знаний. Сфера действия организационного поведения формируется в процессе взаимодействия 4 факторов: персонала, организационных структур, технологии и внешней среды, в которой действует данная организация. При этом основная характеристика людей в организации – степень их индивидуальной ответственности за конечный результат организации и творчества на каждом рабочем месте в организации (рис.1).

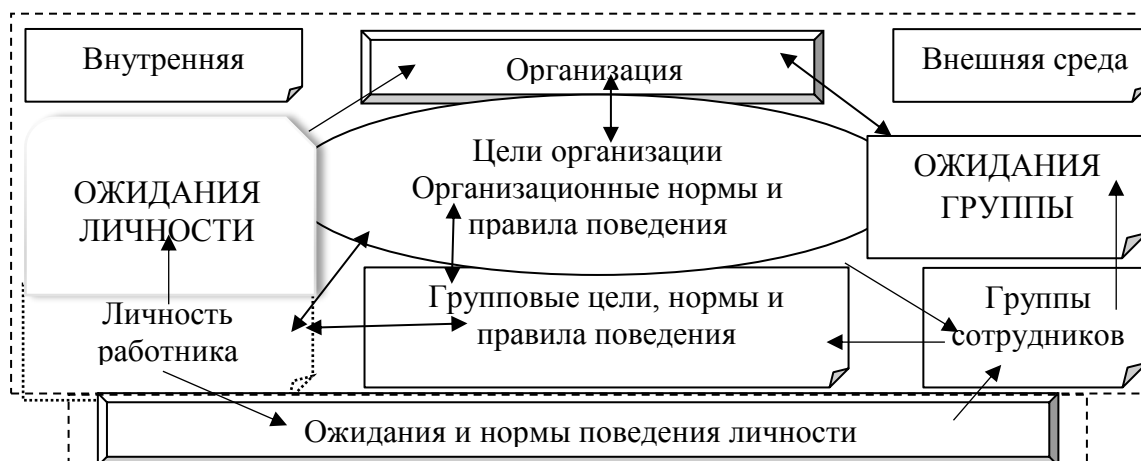


Рис.1 Взаимосвязь основных субъектов организационного поведения
(составлено авторами)

В настоящее время актуализируется проблема персонального развития в организации, прежде всего, это обучение при вхождении в организацию, адаптация, системное повышение квалификации, развитие индивидуальной карьеры и мн. др. Вхождение человека в организацию – это чрезвычайно важный процесс социализации, от успешности которого зависит дальнейшее развитие как члена организации, так и самой организации. Необходимым условием успешного вхождения в организацию является изучение системы ценностей, правил, норм и поведенческих стереотипов, характерных для данной организации.

Организационная социализация – это процесс, в рамках которого индивид постигает ценности, раскрывает способности, формирует требуемое поведение и социально-культурный кругозор, важные для приобретения веса в организации и участия в ней в качестве полноправного ее члена. Стремление сделать карьеру является неотъемлемым желанием человека, ориентированного на реализацию своего личностного потенциала. Поэтому каждому человеку важно осознать карьерные ориентации и адекватно понимать, чего же он на самом деле хочет достичь в жизни. Это важно и для того, чтобы профессиональное самоопределение не оказалось ошибочным, а его итоги были продуктивными. Как правило, выделяют два критерия успешной карьеры: объективный и субъективный [3]. Объективно процесс карьерного роста можно оценить по параметрам: движение внутри организации и движение внутри профессии. Конкретный инструментальный исследования позволяет изучить профессиональную мотивацию и посмотреть, насколько широк ее спектр у отдельного человека. Разнообразие ориентации личности в области социального и профессионального взаимодействия позволяет легче преодолевать негативные ситуации, более активно действовать в изменяющейся среде.

Усиление значения культурного фактора в решении современных проблем управления постоянно растет, поскольку духовно-культурные регуляторы становятся системообразующими в совокупности всех взаимодействующих сил в обществе. Необходимо учитывать тот факт, что сами процессы культурно-духовного воспроизводства и динамики являются не только самоорганизующимися, но и целенаправленно управляемыми. Управленческая деятельность в той или иной мере присуща культурной деятельности, является разновидностью культуры в целом, которая, в свою очередь, определяет характер управления. Культура управления есть не что иное, как управление посредством культуры. Совокупным результатом управленческого воздействия является организация деятельности управляемого субъекта. Поэтому чем выше уровень культуры управления, тем выше степень организации деятельности. На этом основании культура выступает регулятором организационного поведения, которое является следствием управленческого воздействия. Управление формирует организационное поведение и связанную с ним организационную культуру.

Из имеющегося разнообразия определений организационной культуры выделим определение, которое, на наш взгляд, является наиболее конкретизированным: *организационная культура* – это самовоспроизводящаяся, существующая на уровне группового сознания система социально допустимых моделей поведения, обусловленных нормами, разделяемыми ценностями, символами, которая объединяет в единое целое отдельные субкультуры и выступает регулятором внутриорганизационных взаимодействий и деятельности организации во внешней среде [2].

Организационная культура выполняет социальные функции, которые раскрывают ее роль, возможности, а через них и значимость для организационного поведения. К этим функциям целесообразно отнести: *функцию целеполагания, функцию внутренней интеграции и внешней адаптации предприятия*. Культура, вооружая членов организации пониманием ее миссии, цели, стратегии, посредством общих правил и стиля поведения, тесной коммуникации способствует сплоченности членов организации и установлению группового единomyслия.

Функцию мобилизации, побуждающую коллектив к целенаправленным действиям. Регулятивную функцию, определяющую приоритет поведения в организации в соответствии с принятыми в ней нормами. Функция направлена на снижение уровня конфликтности в межличностных отношениях, на установление гармоничного соотношения целевых и поддерживающих ролей.

Идентификационную функцию, способствующую вовлечению работника в коллектив, приобщению к нему, осознанию сопричастности к целям и результатам деятельности всего предприятия. Воспитательную функцию, призванную формировать у всех сотрудников предприятия значимые качества персонала (лояльность, честность и т. п.) [3].

В своей совокупности указанные функции организационной культуры определяют три формы ее влияния на организацию: идентификация сотрудниками собственных целей с целями предприятия, принятие ее норм и ценностей; реализация каждым сотрудником в процессе своего профессионального поведения норм, предписывающих достижение общей цели предприятия; совместное участие членов коллектива в формировании и реализации стратегии и практики развития предприятия. При этом совместному регулированию подвержена и сама организационная культура, так как изменения в ней не являются прерогативой лишь руководства.

Управление организационной культурой направлено на ее формирование, поддержание (сохранение) и развитие. Управление усиливает регулятивную роль организационной культуры. Формирование организационной культуры предполагает, прежде всего, определения тех ее ценностей, которые соответствуют требованиям успешности организации, которые характеризуют организацию как эффективную. В этом случае акцент делается на тех организационных ценностях, наиболее соответствующих целям деятельности и развития организации и учитывают особенности ее персонала, а также будут способствовать организационному развитию, либо препятствовать ему. Кроме этого, формирование организационной культуры направлено на закрепление установленных ее ценностей среди сотрудников предприятия.

Управляя процессом формирования и развития организационной культуры необходимо учитывать социальные факторы, ее детерминирующие. Характеристика действия этих факторов является предметом самостоятельного исследования. Поэтому ограничимся лишь указанием на наиболее, на наш взгляд, действенные. Это мировоззренческие взгляды руководителей предприятия и остальных его сотрудников, а также мера их соответствия или несоответствия друг другу. Это и характер деятельности предприятия; социальная значимость сферы и результатов деятельности; характер межличностных и организационных отношений; принятый стиль руководства; тип организационной структуры; цели и направления деятельности; состояние социальной поддержки и стимулирования работников; состояние внутренней среды, морально-психологического климата в коллективе; состояния служебной дисциплины и ответственности работников за свой труд; мера возможностей выражения мнений и проявления инициатив; социокультурное окружение организации; состояние рынка и конкурентной среды. Но все же ведущим фактором, определяющим организационную культуру на всех стадиях развития организации, выступает культура высшего звена менеджеров.

Поэтому одной из задач управления организационной культурой является усиление взаимодействия между носителями различных субкультур, между руководителями различных уровней и рядовыми членами организации. Это позволяет снять внутриорганизационное противоречие между существующими субкультурами, а, следовательно, устранить препятствие организационному развитию.

Организационная культура, являясь сложным, постоянно изменяющимся социально-управленческим ресурсом, выступает мощным фактором, детерминирующим характер и направленность формирующегося, существующего или изменяющегося организационного поведения членов организаций (рис. 2).



Рис. 2 Механизм влияния корпоративной культуры на организационное поведение (составлено авторами)

Влияние организационной культуры на организационное поведение сотрудников проявляется через идентификацию сотрудниками своих целей и ценностей с целями и ценностями предприятия через их принятие; через реализацию в поведении всех и каждого членов коллектива норм, предписывающих достижение общей цели предприятия. Усиление регулирующей роли организационной культуры относительно организационного поведения обеспечивается влиянием руководства предприятий и целенаправленным управленческим воздействием.

На наш взгляд, действенным инструментом совершенствования корпоративной культуры являются комплексные программы обучения по управлению организационным поведением, которые должны разрабатываться и внедряться с учетом специфики деятельности конкретной организации. *Программа обучения персонала* – это план организации мероприятий по обучению персонала. Программой обучения может называться документ, определяющий содержание, объем, а также порядок проведения мероприятий в рамках обучения персонала. При формировании программы обучения важно

принимать во внимание, как установленную потребность в компетентности персонала, так и желание самих работников повысить свою квалификацию. Рекомендации по определению потребности в обучении. Для определения эффективности той или иной программы обучения необходим контроль, оценка и сопоставление результатов, это позволит выбрать оптимальное сочетание различных видов, форм, методов обучения.

Таким образом, адаптация организационных структур к изменениям внешней среды, имеющая своей целью получение конкурентного преимущества, может происходить за счет кадрового потенциала посредством обучения персонала и формирования кадров предприятия не только требуемого уровня, но разделяющих общеорганизационные цели и ценности. Осознавая, что организационная культура оказывает положительное влияние на организацию, поддерживая её цели, широко охватывая работников и находя в их среде положительный отклик, менеджмент компании должен стремиться к тому, чтобы программы обучения согласовывались с приоритетами и основными компонентами организационной культуры.

Выводы. Влияние корпоративной культуры на организационное поведение сотрудников проявляется через идентификацию сотрудниками своих задач и ценностей с целями и ценностями предприятия через их принятие; через реализацию в поведении всех и каждого членов коллектива норм, предписывающих достижение общей цели предприятия. Усиление регулирующей роли культуры относительно организационного поведения обеспечивается влиянием руководства и целенаправленным управленческим воздействием. Очень важен, менеджмент системы обучения персонала, являющийся важнейшей функцией эффективного и динамического развития организации в условиях повышенной конкуренции и рыночных преобразованиях. Повышение профессионального мастерства положительно отражается на возможностях повышения в должности, гарантии сохранения рабочего места, на величине доходов организации, расширении внешнего рынка труда, на чувстве собственного достоинства и возможностях совершенствования организационного поведения.

В рамках исследования, представлен критический анализ корпоративной культуры как целостной, и в тоже время структурированной, подверженной целевым управленческим воздействиям, среды организации. Понятая таким образом, культура может рассматриваться как ключевой фактор развития, во-первых, системы обучения в компании, а во-вторых, укрепления организационного поведения. Эффективное обучение базируется на системном и процессном подходах, то есть должно представлять собой систему, а не набор разовых мероприятий, при этом сама система обучения должна базироваться на элементах организационной культуры и быть частью общей системы управления организационным поведением.

Литература

1. HR-менеджмент в условиях геополитической турбулентности: инновационные способы формирования и поиск новых возможностей развития: монография / Л.А. Третьякова, Т.В. Целютина, Ж.Н. Авилова, Ю.В. Астахов, Л.А. Минаева, Л.И. Проняева, Ю.О. Шаврина. Белгород: Эпицентр, 2016. 184 с.
2. Ганиева, З.Ф. Культура как регулятор организационного поведения персонала предприятия [Текст] / З.Ф. Ганиева // Воронеж: Вестник ВЭГУ. – 2015. – № 1. – С. 212-219.
3. Шапиро, С. А. Организационное поведение [Текст]: учебное пособие / С. А. Шапиро. – М.: КНОРУС, 2012. – 352 с.

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

И.М. Ягнюк,

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики ГОУ ВПО «ДОНАГРА»*

Аннотация. В статье раскрыты сущностные характеристики основных подходов, используемых при формировании и развитии кадрового потенциала. Представлены и охарактеризованы методы управления кадровым потенциалом, а именно организационные (административные), экономические и социально-психологические. Предложен алгоритм разработки системы мотивации работников, который включает следующие этапы: определение этапов жизненного цикла предприятия; анализ мотивационной структуры персонала предприятия; анализ степени удовлетворенности работников имеющимися задачами и действующей системой мотивации труда; формирование базовой системы материального поощрения; формирование системы материальных стимулов, поощряющих работников к развитию необходимых для предприятия компетенций; формирование системы нематериального стимулирования для поощрения наиболее ценных для предприятия работников.

Ключевые слова: кадровый потенциал, планирование, управление, формирование, прогнозирование, работники

Введение. Персонал предприятий сегодня выходит на одно из первых мест по значимости, менеджеры высшего звена или собственники предприятий сегодня начинают осознавать, что персонал - это важнейшая подсистема предприятия и от ее эффективной работы зависит эффективность работы предприятия в целом.

В условиях рынка, предприятиям необходима организация эффективной деятельности работников; расстановка персонала в соответствии с производственными заданиями, с учетом склонности и квалификации работников; действенный контроль за условиями труда; повышение роли обучения персонала: организация всех видов профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров в соответствии с индивидуальными потребностями и требованиями современного производства. На отечественных предприятиях система воспроизводства, обучения и повышения квалификации персонала не получает достаточного финансирования. С развитием рыночных отношений в экономике, новых форм и методов хозяйствования, актуализируется и проблема совершенствования системы управления персоналом предприятий.

Методы и организация исследования. Теоретические, методические и прикладные аспекты актуальной проблемы формирования и развития кадрового потенциала получили значительное развитие в трудах таких ученых, как: А.И. Амоша, И.М. Дашко, В.В. Курилов, А.Н. Левченко, И.М. Репина, В.Л. Светличная, В.К. Тарасов, О.И. Чалый и др.

Результаты и их обсуждение. Развитие кадрового потенциала - это важнейшая функция любого предприятия. Ответственное отношение к формированию и становлению кадров позволяет обеспечить достижение конкурентных преимуществ, эффективности труда и максимальной трудовой отдачи персонала. В современных условиях кадровый потенциал следует рассматривать как совокупные возможности и способности работников, необходимые для осуществления действий, обеспечивающих стратегические преимущества среди конкурентов [4, с. 273].

Традиционно на развитие кадрового потенциала предприятия влияют две группы факторов: внешние и внутренние.

Внешние факторы больше влияют на качественные и количественные характеристики кадрового потенциала предприятия, связанные с его численностью и половой структурой, использованием рабочего времени и формируются во внешней среде предприятий прямого и непрямого воздействия [3, с. 67].

Выделение внутриорганизационных факторов связано с тем, что развитие кадрового потенциала является составной частью предприятия и находится во взаимодействии с другими системами управления.

В результате проведения анализа научных трудов отечественных и зарубежных ученых касающихся подходов, применяемых в процессе формирования и развития кадрового потенциала [2, с. 87], можно выделить такие: системный, ситуационный, комплексный, целевой и поведенческий.

Согласно системному подходу, кадровый потенциал рассматривается как система компонентов и элементов, показателей и их оценки, что является частью социально-экономической системы. Применение этого подхода дает возможность четко сформулировать цель исследования кадрового потенциала, а также определить структуру кадрового потенциала предприятия.

Что касается использования ситуационного подхода в процессе формирования кадрового потенциала, то его сущность заключается в том, что он позволяет связать состояние кадрового потенциала с внешней средой. Но, при этом, он не дает представления о структуре элементов и их связи между собой [6, с. 237].

Комплексный подход дает возможность развивать кадровый потенциал во всех направлениях деятельности предприятия. Такой подход предполагает учет совокупности всех аспектов и их взаимосвязь при весомой роли различных факторов, таких как: экологические, социальные, политические, организационные, факторы безопасности и тому подобное. Применение этого подхода позволит комплексно оценить результаты работы сотрудников предприятия и использовать эти оценки в процессе формирования программ стимулирования труда.

Целевой подход в процессе формирования и управления кадровым потенциалом предприятия представляет собой совокупность методов и приемов, обеспечивающих постоянную ориентацию управленческих решений и процессов, направленных на конечные результаты, учитывая социально-экономические факторы, которые меняются благодаря развитию системы потребностей, а также количественных и качественных изменений в потенциале системы.

Применение поведенческого подхода предусматривает предоставление работникам помощи, связанной с осмыслением их личных способностей и возможностей, творческих характеристик и тому подобное. От надлежащего применения поведенческого подхода будет зависеть развитие и эффективность не только отдельных работников, а и кадрового потенциала в целом.

В процессе управления кадровым потенциалом целесообразно использовать в комплексе общеизвестные методы управления: организационные (административные), экономические, социально-психологические (таблица 1).

Для достижения высоких результатов в своей деятельности, предприятию следует использовать систему мотивации работников - комплекс мероприятий, стимулирующий персонал не только к работе, за которую платят деньги, но и к особой тщательности и активному желанию работать именно в этой организации.

Система мотивации стимулирует работников к получению высоких результатов в процессе своей деятельности. На организацию специальной системы мотивационных мероприятий, которые нацелены именно на стимулирование работников к продуктивной работе, по мнению автора, и должна быть направлена кадровая политика предприятия.

Предложен алгоритм разработки системы мотивации работников. Основными его этапами являются:

1. Определение этапов жизненного цикла предприятия. Формирование стратегических целей и определение необходимых компетенций персонала, которые будут необходимы в процессе достижения этих целей (таблица 2).

Таблица 1

Основные методы управления кадровым потенциалом предприятия

№ п/п	Методы управления кадровым потенциалом	Составляющие методов управления кадровым потенциалом
1	Организационные (административные)	<ul style="list-style-type: none"> - миссия, идеология предприятия и принципы деятельности; - внутренние нормативные документы; - корпоративные стандарты поведения; - система корпоративных мероприятий; - организация процесса труда и отдыха; - обучение персонала.
2	Экономические	<ul style="list-style-type: none"> - страхование сотрудников; - система мотивации труда; - распределение доходов; - заключение долгосрочных контрактов; - социальная ответственность.
3	Социально-психологические	<ul style="list-style-type: none"> - сплоченность / конфликтность; - стиль управления; - социально-психологический климат.

Таблица 2

Соотношение стадий жизненного цикла предприятия и особенностей кадрового потенциала [1, с. 24]

Стадия жизненного цикла предприятия	Цели деятельности предприятия	Характеристика особенностей кадрового потенциала
I. Формирование Заявка на рынке товаров/услуг	Привлечь внимание к товару, найти своего потребителя, организовать продажи и сервис, стать привлекательным для потребителя.	Работники должны быть новаторами, инициативными, контактными, с долговременной ориентацией, готовыми рисковать, не бояться ответственности. Незначительное изменение ведущих сотрудников.
II. Интенсивный рост	Увеличение объемов и улучшение качества услуг	Организационная стабильность, тесное взаимодействие между работниками, гибкость в изменяющихся условиях, проблемная ориентация персонала.
III. Стабилизация. Закрепление на рынке	Поддержание системы в равновесии	Работники, которые достигают максимальных результатов (количественных и качественных) при невысоких уровнях расходов и риска.
IV. Спад. Прекращение нерентабельного производства	Ликвидация части производства, продажа с максимальной выгодой	Работники готовы работать короткое время, узко ориентированы.
V. Возрождение	Снижение объемов, поиск нового продукта и путей оптимизации деятельности	Гибкость в изменяющихся условиях, ориентация на долгосрочные цели, самоотдача, готовность переносить временный дискомфорт в условиях и оплате труда.

3. Анализ степени удовлетворенности работников имеющимися задачами и действующей системой мотивации труда. Поскольку мотивационное поведение работников формируется под влиянием различных факторов, среди которых можно выделить: содержание труда, признание его другими, осознание своих достижений, объективная оценка руководством, стремление к служебному росту, чувство ответственности, самореализация в работе; рекомендуется проводить мотивационный мониторинг своих кадров. Это позволит получить актуальную информацию, необходимую для принятия своевременных управленческих решений. С одной стороны, система мотивации труда определяет качественный состав кадрового потенциала, а с другой - она будет применяться к параметрам имеющегося кадрового потенциала и способствовать его развитию [5, с. 207].

4. Формирование базовой системы материального поощрения, которая представляет собой систему относительно постоянных взаимодополняющих побудительных мотивов, связанных единым процессом создания материальной заинтересованности в осуществлении трудовой деятельности.

5. Формирование системы материальных стимулов, поощряющих работников к развитию необходимых для предприятия компетенций. Основными принципами построения системы материального стимулирования выступают:

- соответствие целям и стратегии развития предприятия;
- соответствие кадровой политике предприятия;
- соответствие корпоративной культуре предприятия;
- однозначность и качество критериев оплаты труда;
- гибкость и адаптивность к изменениям окружающей среды (изменение прожиточного минимума, жизненных стандартов, экономической ситуации и т.д.).

Следует отметить, что необходимо постоянно вести поиск наиболее эффективной программы материального стимулирования. Основными критериями, по которым осуществляется выбор такой программы, выступают: организационные ресурсы и культура, этап жизненного цикла предприятия, личностные характеристики руководителей, существующий опыт использования мотивационных программ.

Наиболее известными программами материального стимулирования выступают: участие в прибылях; программа поощрения за достижения; программа поощрений за индивидуальные достижения; программа поощрений за достижения долгосрочных целей. Перечисленные программы материальной мотивации являются стандартными, они используются в мировой практике управления эффективностью деятельности сотрудников. Каждая из них имеет как преимущества, так и недостатки, которые определяют целесообразность использования программы в пределах конкретного предприятия.

Распространенной ошибкой при определении эффективности существующей системы мотивации руководителями является уверенность в том, что проблем на предприятии не существует.

Обобщить основные признаки неэффективной системы материальной мотивации можно следующим образом:

- средняя производительность сотрудника ниже, чем в целом по отрасли;
- между оплатой труда высокоэффективного и низкоэффективного сотрудника существенной разницы нет;
- общие затраты на персонал превышают оптимальные значения;
- система оплаты строится на произволе руководителей;
- наблюдается высокая текучесть кадров.

Не самой большой проблемой материального стимулирования ученые определяют слабую связь оплаты труда с результатами деятельности организации: объемами производства, продаж, другими экономическими показателями.

6. Формирование системы нематериального стимулирования для поощрения работников, которые представляют для предприятия наибольшую ценность (как правило, это руководители предприятия и его структурных подразделений). Моральным поощрением при этом может выступать возможность карьерного роста, наличие служебного автомобиля, персонального кабинета, расширение ответственности.

Таким образом, учитывая основные этапы данного алгоритма руководство предприятия может создать действительно правильную и эффективную систему мотивации своих работников для достижения наиболее высоких результатов деятельности.

Важным аспектом управления кадровым потенциалом является развитие корпоративной культуры. Чтобы корпоративная культура стала действительно эффективной, она должна соответствовать таким параметрам как: личная ответственность за результаты своей деятельности, все внимание сосредоточено на клиентах, внимание к результатам деятельности, открытое общение в коллективе, награда сильнее наказания, наличие руководителя, который принимает активное участие в деятельности предприятия. Ведь в процессе создания сильной корпоративной культуры организации, руководство сможет достичь уменьшения затрат на подбор персонала, значительного снижения возможности утечки конфиденциальной информации, а также это позволит значительно снизить затраты на маркетинг, ведь работники сами будут продвигать положительный имидж предприятия во внешнюю среду.

Заключение. Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что для обеспечения эффективной и продуктивной деятельности предприятия необходимым условием является развитие персонала и его потенциала. Работа персонала непосредственно связана с достижением успеха предприятием, ведь именно от опыта работы, от профессиональных навыков и умений, а также от квалификационных возможностей работников зависит как быстро и в каком направлении будет развиваться предприятие, и как быстро достигнет поставленных целей.

Важным этапом в процессе формирования и развития кадрового потенциала предприятия должно стать определение того, какие именно работники работают на предприятии. Следовательно, необходимо создать систему, которая поможет определить квалификацию имеющихся работников, их практический опыт, умения и профессиональные возможности. Это позволит более правильно и четко определить, какие работники отвечают квалификационным требованиям, а какие нет. В свою очередь, это позволит определить, от каких работников предприятие вынуждено будет избавиться и сколько персонала и какой квалификации необходимо будет привлечь к работе в будущем.

Литература

1. Білорус, Т. В. Стратегічне управління кадровим потенціалом підприємства: монографія / Т. В. Білорус; Держ. податк. адмін. України, Нац. акад. держ. податк. служби України. – Ірпінь, 2007 – 172 с.
2. Верещагина, Л.А. Психология потребностей и мотивация персонала / Л.А. Верещагина, И.М. Карелина. – Х.: Гуманитарный центр, 2010 – 190 с.
3. Дашко, І.М. Кадровий потенціал: сутність та фактори його розвитку / І. М. Дашко // Економічна наука. - С. 65-68. [Электронный ресурс]. URL: https://docviewer.yandex.ua/view/0/?*=ZPNlgXnVLwBmkCB83 / (дата обращения: 03.10.2018).
4. Череп, О.Г. Управління кадровим потенціалом підприємств машинобудування Запорізької області / О.Г. Череп, І.О. Гайдай // Виклики та перспективи розвитку нової економіки на світовому, державному та регіональному рівнях: збірник матеріалів XI Міжнародної науково практичної конференції / За заг. ред. А.В. Череп. — Запоріжжя: Видавництво ЗНУ, 2016 — С. 273—274.
5. Чернишова, Л.І. Забезпечення розвитку кадрового потенціалу підприємства / Чернишова Л.І., Тропанець М.В., Гайтанжий В.В. // Актуальні проблеми теорії та практики менеджменту: матеріали IV Міжнародної інтернет конференції, Одеський національний політехнічний університет, 21—22 травня 2015. — Одеса: ОНПУ, 2015. — С. 205—208.
6. Vroom, Victor H. Work and Motivation / Victor H. Vroom. - Jossey-Bass, 2011 - 404 p.

ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА И СЕРВИСА: ИЗВЕСТНОСТЬ, ИМИДЖ, ИНВЕСТИЦИИ

ИНВЕСТИЦИИ В ИНДУСТРИЮ ТУРИЗМА – ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР

И.В. Богомазова,

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»*

Е.В. Аноприева,

*старший преподаватель кафедры международного туризма и
гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»*

Аннотация. В статье освещены основные перспективы и тенденции развития отрасли туризма на основе инвестиционной деятельности.

Ключевые слова: инвестиции, капитал, туристская индустрия, инвестиционные программы.

Введение. Профессиональные инвесторы всегда держат руку на экономическом пульсе страны. Действительно, всегда выгодно вкладывать деньги именно в те сегменты и отрасли народного хозяйства, которые в данное время находятся на подъеме. На сегодняшний день в России одним из наиболее перспективных направлений для капиталовложений является туристический сегмент, что обусловлено увеличением роли индустрии в экономике. Для туризма характерно не только динамичное развитие, но и глубокие качественные преобразования. По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) к концу 2020 года Россия должна выйти на 5 место в мире по количеству вложенных инвестиций в туристическую отрасль. Таким образом, инвестиции в туризм видятся сейчас многим российским и иностранным инвесторам более чем привлекательными.

Методы и организация исследования. Туристическая индустрия представлена взаимосвязанными элементами, а именно:

- гостиницами, отелями, хостелами, домами отдыха, санаториями и другими местами пребывания туристов;
- ресторанами, кафе, барами, закусочными и другими местами общественного питания;
- курортно-оздоровительными комплексами;
- транспортом, услугами связи и интернета;
- зоопарками, спортивными площадками, парками развлечений и другими объектами развлекательной индустрии;
- финансовыми и организационными услугами;
- прокатом и арендой транспортных средств и пр.

В свою очередь следует учесть, что развитие туризма невозможно без активного участия и финансовой помощи государства. В настоящее время в Российской Федерации инвестирование в туристическую сферу может осуществляться двумя основными способами:

- приобретение пая в паевом инвестиционном фонде, специализирующемся на вложениях в индустрию туризма, с минимальными рисками и стабильным умеренным доходом;
- индивидуальное инвестирование с высокими уровнями риска и потенциальной доходностью [6].

Любая отрасль экономики имеет собственные проблемы, которые потенциальные инвесторы, принимая инвестиционные решения, обязательно должны учитывать. В России

в сфере туризма следует отнести устаревшую материально-техническую базу, географическую специфику и климатические условия.

Результаты и их обсуждение.

Естественно, что запросы современных туристов намного выше тех, которые предъявлялись к курортам в советское время. Данное обстоятельство усугубляется теми ценами, которые существуют на отечественном рынке туристских услуг. В результате чего, возникает парадоксальная ситуация, когда отдых россиян дешевле обходится, например, в Турции, с лучшим сервисом и меньшими затратами, чем на отечественных курортах или в туристских центрах.

Конечно, существует Сочи, инфраструктура которого была полностью перестроена к зимним Олимпийским играм 2014 года. Однако, стоимость отдыха здесь существенно выше. Также размер территории России обуславливает инвесторам в сфере туризма дополнительные сложности. Для примера, следует рассмотреть такие уникальные природные объекты, которые было бы невероятно интересно посетить миллионам россиян и иностранцев – озеро Байкал и полуостров Камчатка. Однако их значительная удаленность от европейской части России делает инвестиции в них малопривлекательными.

В последние годы на государственном уровне стимулирование развития инфраструктуры туризма осуществлялось в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». Статистика данной программы характеризуется следующими числовыми показателями:

- создано 45 туристско-рекреационных и автотуристских кластеров в 35 субъектах РФ;
- открытие 688 объектов туристской инфраструктуры;
- формирование 202 объектов обеспечивающей инфраструктуры [1].

В рамках программы реализуются более 60 проектов, а именно «Золотые ворота» в Алтайском крае, «Ворота ЛагоНаки» в Адыгее, «Кяхта», «Байкальский», «Гункинская долина» в Республике Бурятия, «Центр активного отдыха и туризма Y.E.S» в Волгоградской области, «Шергеш» в Кемеровской области; «Задонщина» в Липецкой области; «Зарагиж» в Кабардино-Балкарской Республике, «Самоцветное кольцо Урала» в Свердловской области, «Ивано-Арахлейский автотуристский кластер» в Забайкальском крае, «Беломорские петроглифы» в Республике Карелия, «Можжевельная роща» в Краснодарском крае, «КезенойАм» в Чеченской Республике и др. [5].

Белгородская область не представлена проектами в ФЦП. Однако, для благоприятного развития бизнеса обеспечивается комплекс механизмов по поддержке в сфере организации, финансово-кредитного регулирования и имущественной поддержки субъектов малого и среднего бизнеса в индустрии туризма в рамках реализации государственной программы «Развитие экономического потенциала и создание благоприятного предпринимательского климата Белгородской области на 2014-2020 годы» [3]. Все мероприятия в рамках подпрограммы «Развитие туризма, ремесленничества и придорожного сервиса» направлены на повышение инвестиционной привлекательности и рост инвестиционных потоков.

Также в вопросах привлекательности региональной сферы туризма содействуют Белгородский областной фонд поддержки малого и среднего предпринимательства, Белгородский региональный ресурсный инновационный центр, Белгородский гарантийный фонд содействия кредитованию, Инвестиционный совет, промышленные парки, бизнес-инкубаторы, технопарк, центры инноваций социальной сферы, кластерного развития, инжиниринга, молодежного инновационного творчества. Инструменты поддержки предпринимательства нацелены на развитие действующих компаний, имеющих потенциал роста, зарекомендовавших себя в качестве добросовестных налогоплательщиков, активных участников социальных проектов.

Создание нормативно-правовой базы позволило сформировать благоприятные инвестиционные условия. В регионе процесс эффективного взаимодействия правительства области с инвесторами стал возможен благодаря созданной в 2011 году Корпорации «Развитие». Реализуемые элементы государственно-частного партнерства в Белгородской области позволяют обеспечить государственную финансовую поддержку инвесторов, присутствующих на региональном рынке.

В целом область является инвестиционно привлекательной по ряду рейтингов:

- **рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России 2017** - регион с минимальным риском (2А) среднего потенциала;

- национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ, составленный Агентством стратегических инициатив в 2016 году - второе место;

- аналитическое кредитное рейтинговое агентство (АКРА) - уровень А+(RU) с прогнозом «стабильный»;

- рейтинг субъектов РФ по уровню защищённости интересов потребителей органами государственной власти в 2016 году - второе место.

Что касается индустрии туризма, то центром информационных коммуникаций «Рейтинг» совместно с журналом «Отдых в России, информационными порталами «Российский туризм», «Инвестиции в туризм», «Tourism & Leisure in Russia» проведено исследование по определению туристической привлекательности регионов РФ, в котором Белгородская область в 2016 году заняла 48 место. При этом учитывались:

- уровень развития гостиничного бизнеса и инфраструктуры;
- значимость туристической отрасли в экономике региона;
- доходность отрасли туризма и гостеприимства региона;
- популярность региона у туристов, приезжающих на несколько дней;
- популярность региона у иностранцев;
- туристская уникальность;
- экологическое «здоровье» региона;
- криминогенная обстановка;
- интерес к региону в интернете как к месту отдыха;
- продвижение туристического потенциала региона в информационном пространстве.

В целом основу индустрии туризма Белгородской области составляют различные средства размещения, которые отражают рост их числа в динамике с 41 в 1995 году до 74 в 2016 году, в том числе количество гостиниц возросло до 51, меблированных комнат – 9, мотелей – 2, хостелов – 4, других организаций гостиничного типа – 8.

Общий номерной фонд гостиниц и аналогичных средств размещения в 2016 году достиг 4129 мест, в то время, как в предшествующие периоды наблюдалась следующая ситуация: 2000 год – 2152 мест, 2005 год – 2150 мест, 2010 год – 2777 мест, 2012 год – 2366 мест, 2013 год – 2207 мест, 2014 год – 2683 мест, 2015 год – 2696 мест. Численность размещенных лиц не претерпела существенных изменений: 2000 год – 105,6 тыс. человек, 2005 год – 101,6 тыс. человек, 2010 год – 135,1 тыс. человек, 2012 год – 102,6 тыс. человек, 2013 год – 97,4 тыс. человек, 2014 год – 114,5 тыс. человек, 2015 год – 82,0 тыс. человек, 2016 год – 128,7 тыс. человек [2].

На сегодняшний день смело можно говорить о развитии гостиничного бизнеса, ведь с каждым днем появляется все больше различных предприятий. В течение последних лет на региональном рынке появились сетевые отели, возросло число частных отелей, реконструируются старые советские гостиницы («Белгород», «Амакс Конгресс-отель»,

«Аврора»). Так, в последнее время были открыты такие гостиницы, как «Аврора», «Олимп», «Белые росы», «АртОтель», «Континенталь», «Вояж», «Парк-отель «Европа», «Веретено», «Винсент», «Белый город», «Милан» и др. Однако следует отметить сокращение государственных инвестиций до 39,9 млн. рублей.

Особое внимание следует уделить тесной взаимосвязи между отельерами и властями, заинтересованными в развитии системы государственно-частного партнерства. Это позволит создать мощную индустрию гостеприимства и привлечь инвесторов для реализации перспективных проектов в сфере гостиничного бизнеса.

В качестве факторов, обеспечивающих благоприятные инвестиционные перспективы гостиничной сферы, следует выделить – низкий уровень насыщения рынка качественными гостиничными услугами; постоянный рост цен на размещение, поддержка и реализация программ развития внутреннего и въездного туризма.

Последнее время для регионального рынка гостиничных услуг характерно возведение небольших мини-гостиниц. Эта тенденция обусловлена тем, что вероятность простоя номерного фонда данного вида крайне мала и относительно небольшими финансовыми вложениями.

Заключение. Инвестиции в туристическую сферу на сегодняшний день являются перспективным направлением для вложения капитала, что способно в современных условиях принести прибыль.

Россияне хотят отдыхать на отечественных курортах. Но при этом они предъявляют высокие требования к уровню сервиса, условиям проживания, качеству питания и не хотят переплачивать. В целом индустриальный характер гостиничного бизнеса способствует повышению эффективности и развития региональной экономики, поскольку вследствие увеличения популярности, осуществляется рост поступлений в бюджеты всех уровней; происходит увеличение занятости населения; улучшается качество жизни местного населения; обеспечивается движение в развитии народных промыслов. Все это благоприятно воздействует на сопутствующие отрасли, происходит развитие социальной и производственной инфраструктуры.

Литература

5. Атлас инвестиционных проектов в сфере туризма, реализуемых в субъектах Российской Федерации : информационное издание. – Москва : Федеральное агентство по туризму, 2017. – 270 с.

6. Белгородская область в цифрах. 2016 : краткий стат. сборник [Текст] : стат. сб. / Федер. служба гос. статистики (Росстат), Территориальный орган федер. службы гос. статистики по Белгор. обл. (Белгородстат). – Белгород : Белгородстат, 2016. – 289 с.

7. Об утверждении государственной программы Белгородской области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014 – 2020 годы» [Текст] : Постановление Правительства Белгородской области от 16 декабря 2013 г. N 522-пп // Справочная правовая система «Консультант Плюс».

8. Об утверждении стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года [Текст] : Постановление Правительства Белгородской области : от 25 янв. 2010 года № 27 – пп. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Регион. вып. Белгородская область».

9. Ливанцова М. А., Ливанцова А. А., Никонец О. Е. Инвестиции в российский туризм: проблемы и перспективы // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 11. – С. 126–130. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/86029.htm>

10. Туризм – правильные инвестиции // <https://investoriq.ru/praktika/investicii-v-turizm.html>

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПАРКИ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ РЕСУРС РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Я.Г. Глумова,

ассистент кафедры международного туризма и
гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»

Аннотация. Сегодня, когда в нашей стране высокими темпами развивается экотуризм, т.е. путешествие в места с нетронутой природой, растет и популярность национальных парков. На настоящий момент в России действуют 49 национальных парков. И каждый человек, увлекающийся подобного рода путешествиями, может выбрать себе парк в абсолютно любой части России – от Владимира до Байкала. В данной статье мы рассмотрим наиболее популярные туристские направления.

Ключевые слова: ООН, ЮНЕСКО, особо охраняемые природные территории, национальный парк, зона заповедного режима, зона заказного режима, зона познавательного режима, зона рекреационного режима.

В 1972 году государства-члены ООН и ЮНЕСКО приняли Вторую Всемирную Конвенцию о национальных парках, которой, на сегодняшний день, придерживаются порядка 70 стран мира. Согласно данной Конвенции в национальных парках хозяйственная деятельность человека запрещена либо ограничивается возможностью путешествия. Человек не вмешивается в ландшафтное состояние парков, в растительный и животный мир. Кроме того, в Конвенции прописаны заповедники, в которые не допускаются даже туристы. Но, достаточно обширное пространство парков используют именно в туристских целях, при этом путешественникам необходимо соблюдать прописанные правила: передвижение только по отмеченным маршрутам, спецтранспорт, гид.

Понятие особо охраняемые природные территории, к которому как раз и относят национальные парки, был введен в 1970 году и предписывал все природные территории в СССР к охране государством.

В России все национальные парки подведомственны Федеральному агентству лесного хозяйства (Рослесхозу), который находится в ведении Министерства природных ресурсов и экологии.

Национальные парки – природо-охраняемые учреждения, которые включают природные комплексы и объекты, имеющие особую экологическую, историческую и эстетическую ценность, предлагаемые для использования в природоохранных, рекреационных, просветительских, научных и культурных целях. Одним из вопросов, решаемых созданием национальных парков, является обеспечение условий для туризма и отдыха на природе. При этом активно ведутся научные разработки, которые помогут сохранить природные комплексы в целостности и сохранности в условиях рекреационного пользования. На основании данных разработок, территория национального парка делится на зоны функционирования:

- зона заповедного режима – здесь полностью запрещена любая человеческая деятельность;
- зона заказного режима – деятельность человека строго регламентирована;
- зона познавательного режима – возможность проведения экскурсионных маршрутов;
- зона рекреационного использования – возможность проведения активных видов отдыха.

Сегодня национальные парки – это форма сохранения и развития рациональной культуры страны. Однако, в России их финансирование производится по принципу «что осталось, то и получили», да и турфирмы пока не проявляют должного интереса к инвестированию.

При этом, многие европейские страны понимают, что национальные парки играют огромную роль в экономике страны. Здесь туризм стал частью жизни миллионов людей, что позволило выйти туристической индустрии на новый, более высокий, уровень. На сегодняшний день туристический бизнес – один из самых рентабельных, после нефтепереработки в мировой деятельности.

По доходности туризм занимает ведущее положение в экономике Испании, Италии, Франции и других развитых стран.

Таким образом, одна из приоритетных задач России – это изменить свое отношение к данному виду ресурса, поскольку это один из самых значительных способов укрепить экономическую составляющую страны.

«Куршская коса»

Куршская коса – узкий песчаный полуостров, являющийся самым маленьким по территории национальным парком России, и самым посещаемым туристами. Его животный и растительный мир достаточно богат и разнообразен; здесь вы сможете встретиться с кабаном, лосем, зайцем, лисой и волком. Одной из главных его достопримечательностей можно назвать «танцующий лес» – это десятки причудливо изогнутых сосен.

Наибольшей популярностью у туристов пользуется маршрут «Высота Эфа», который заканчивается гребнем Ореховой дюны, славящейся «поющими песками». Это название она получила в честь дюнного инспектора Вильгельма Франца Эфа, посвятившего всю свою жизнь изучению подвижных песков и получившего прозвище «победивший пески».

Национальный парк «Валдайский»

Валдайская возвышенность, а точнее её северная часть славится тем, что именно здесь расположен Валдайский национальный парк, который знаком туристам по огромному количеству озер (а здесь их более 200) и самые популярные это, конечно, Селигер и Вельё. Однако, наиболее популярен этот парк среди туристов, предпочитающих активный вид отдыха, поскольку здесь разрешены лицензионная охота и рыбалка.

Кроме того, этот парк является живой иллюстрацией Красной книги: черный аист, беркут, волк, лисица, рыси – все они обитают на его территории.

Национальный парк Самарская Лука.

Здесь, в Усинском заливе Куйбышевского водохранилища, где Волга делает большую дугу с востока и юго-запад, протяженностью порядка 200 км, есть уникальная местность, которая по решению Совета Министров РСФСР в 1984 году получила статус национального парка и стала известна как Национальный парк «Самарская Лука».

На его территории представлены памятники практически всех известных науке культур европейской лесостепи, начиная с бронзового века до современности, насчитывается около 200 природно-исторических памятников. Огромное количество археологических находок были найдены именно на территории «Самарской Луки».

Национальный парк Смоленское Поозерье

В 1992 году, на территории Смоленской области, в целях «сохранения природных комплексов» был образован национальный парк «Смоленское Поозерье», получивший свое название из-за количества озер (35), расположенных на территории парка, каждое из которых своей красотой не может оставить равнодушным абсолютно никого.

Сегодня этот парк, имеет статус биосферного резервата, который был ему присвоен в 2002 году по результатам программы ЮНЕСКО.

Водлозерский

Водлозерский национальный парк был образован 20 апреля 1991 года. Его площадь – 4683 квадратных километров, расположен в Архангельской области и Республике Карелия. Парк находится на территории, которая называется Водлозерье, люди здесь жили еще 9 тысяч лет назад. Сегодня парк посещает большое количество туристов, а также много любителей рыбалки, которых в первую очередь привлекает озеро Водлозеро,

расположенное на территории национального парка. Характеризуется очень красивыми пейзажами.

Земля леопарда

Парк, созданный в апреле 2012 года, и получивший такое неординарное название, находится в Приморском крае, его площадь – 2619 квадратных километров. Основная цель создания этого национального парка – сохранения популяции дальневосточного леопарда. Именно поэтому здесь не планируется создания развитой туристической инфраструктуры, однако была создана одна экологическая тропа, также планируется создать ряд пеших маршрутов. В национальном парке Земля леопарда постоянно работают научные сотрудники.

Зов тигра

Национальный парк Зов тигра был образован 2 июня 2007 года. Его площадь – 821 квадратных километров, расположен в Приморском крае. В национальном парке Зов тигра обитает большое количество видов млекопитающих, здесь ведется научная работа, а также планируется развивать туристическую инфраструктуру. В настоящее время национальный парк Зов тигра посещает небольшое количество туристов.

Сочинский национальный парк

Сочинский национальный парк лежит в трех районах: Лазаревском, Адлерском и Хостинском. На его территории бьют целебные источники, именно благодаря им Сочинский курорт получил свою славу. Именно здесь расположен 33-метровый Ореховский водопад, 33 водопада на реке Шахэ, которые еще многие называют «каскадом белоснежных невест», и нельзя не отметить знаменитые Агурские водопады - все это дает представление о дивной живописности кавказских каньонов.

Богат и животный мир Сочинского национального парка. Здесь представлены такие виды животных, как кабан, олень кавказский, косуля, тур, дикий кот, волк, муфлон, лань и многие другие. Кроме того именно этот парк может похвастаться крупнейшим форелевым хозяйством с чистой водой.

В свое время в Сочинском парке побывал председатель Ассоциации национальных парков Аргентины Хорхе Мореллю, который сказал, запомнившиеся абсолютно всем слова: «Альпы видела, Анды видел, Индийский океан видела, Средиземное море видел – вы спросите меня, чего я не видел? Но вот так, чтобы в одном месте сошлось все – и теплое море, и снежные вершины, и такой лес – нет, такого я не видел! Такого просто больше нет на Земле, - так что поймите меня и простите мне мое подпрыгивание... Я удивляюсь, как это вы можете жить в Сочи и Не подпрыгивать?!

На сегодняшний день 2600 из 3500 национальных парков имеют мировое значение. Все они внесены в реестр ООН и находятся под охраной государства или нескольких государств. Заключены многочисленные международные соглашения и договоры о создании и поддержании национальных парков.

Декларация IV Всемирного Конгресса по национальным паркам и ООПТ (Венесуэла, 1992 год) гласит, что национальные парки во многом определяют стиль жизни общества, но и являются показательными образцами того, как следует управлять страной и что нужно делать, чтобы эта страна стала не меньше, чем модельная территория.

Литература

1. Бобров Р.В. Все о национальных парках. – М., 2007. – 220 с.
2. Борисов В.А. Охраняемые природные территории мира. Национальные парки, заповедники, резерваты. – М.: Агропромиздат, 2005. – 180 с.
3. Веселин Б.В. Национальные парки России: вчера, сегодня, завтра // Заповедные острова. - 2001. - № 1. - С.2-3.

4. Веденин Ю.А. Концепция культурного ландшафта как основа формирования системы особо охраняемых территорий // Экол. пробл. сохранения ист. и культ. наследия. - М., 1999. - С.6-19.
5. Забелина Н.М. Путешествие по национальному парку. – М. ФиС, 2010. – 236 с.
6. Зорин И.В., Штюрман Ю.А. Туризм и охрана окружающей среды. - М., 2016. – 156 с.
7. Кусый И.А. Национальные парки России: Поволжье и Северный Кавказ. – Изд. Вокруг света, 2007. – 216 с.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ РЕСУРС РЕКЛАМЫ И ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ МАУ «ПАРК «РОЕВ РУЧЕЙ»

А.В. Горбань,
директор МАУ «Парк «Роев ручей»
О.С. Чипура,
заведующий сектором СМИ МАУ «Парк «Роев ручей»

Аннотация. В данной статье рассматривается рекламно-информационная работа в МАУ «Парк «Роев ручей» как эффективный ресурс по привлечению посетителей, приведены успешные практические действия и методы работы со СМИ, приведен анализ успешности рекламно-просветительской и информационной деятельности в социальных сетях.

Ключевые слова: маркетинг, социальные сети, ньюсмейкер, рекламно-информационная деятельность, блогсфера.

Введение. На сегодняшний день стратегия продвижения любой современной компании немыслима без маркетинга в социальных медиа. Практически все СМИ, компании стараются открыть свое представительство в социальных сетях. Социальные сети – это огромная площадка для продвижения продукта, которая при правильном подходе показывает весьма неплохие результаты [3].

Компания, которая не включает SMM в планы по продвижению и раскрутке своих продуктов и услуг, упускает возможность привлечь целевую аудиторию, узнать ее потребности и заявить о себе среди большого числа пользователей социальных сетей.

На сегодняшний день аудиторию социальных сетей можно сравнивать с аудиторией телеканалов. Только 18% обычных рекламных кампаний по телевидению генерирует положительный возврат инвестиций. Тем временем, даже самая примитивная рекламная кампания в социальных сетях, может умножить вложения.

Результаты и их обсуждение. Аудитория социальных сетей более активна и внимательна, чем телевизионная аудитория. Это связано с тем, что в социальных сетях взаимодействие осуществляется непосредственно с каждым пользователем, где учитываются его индивидуальные особенности, интересы и потребности [3].

Поэтому в структуре МАУ «Парк «Роев ручей» выделена отдельная структура - сектор по связям с общественностью.

Одна из ключевых задач сектора - рекламно-информационная деятельность, которая в первую очередь нацелена на распространение позитивной и актуальной информации о работе Парка, стратегии его развития, знаменательных событиях, интересных мероприятиях в социальных сетях и блогосфере, посредством создания сообщества целевых потребителей и управления им.

Плюсы такой работы в том, что комментарии, отзывы, пожелания потенциальных клиентов можно получать немедленно и, опираясь на эту обратную связь, корректировать политику продвижения. Другими словами, SMM – это запуск продукта в «массы». Запустив продукт в социальных сетях, можно проводить мониторинг успешности и

востребованности услуги или продукта, узнать его слабые и сильные стороны, оценить интерес аудитории. Все это происходит благодаря непосредственному контакту с целевой аудиторией.

В современных реалиях МАУ «Парк «Роев ручей» активно использует интернет ресурсы, которые, прежде всего, нацелены на аудиторию, способную стать целевой, т.е. объединенной интересами к сохранению биоразнообразия, любви к миру живой природы, способной влиять на ряд организационных, культурно-досуговых и эколого-просветительских вопросов и стать активным помощником для Парка.

МАУ «Парк «Роев ручей» является муниципальным учреждением культуры, учредителем Парка является Главное управление культуры администрации г. Красноярск.

Основными задачами парка являются:

- создание, сохранение, содержание, пополнение и демонстрация в искусственных условиях ботанической и зоологической коллекций, представляющих научную, научно-просветительскую, учебно-воспитательную и эстетическую ценность;

- организация досуга и обеспечение участия посетителей учреждения в культурно-массовых и просветительских мероприятиях, экскурсиях, лекциях, конкурсах, форумах, социологических исследованиях и иных мероприятиях, а также программах различного уровня;

- организация научной, экспозиционной, природоохранной деятельности, экологического просвещения населения;

- проведение учебной и научно-просветительской работы в области зоологии и охраны природы, животноводства и звероводства, экологических знаний.

Парк занимает территорию почти 50 га. общая площадь помещений для животных составляет – 35 847 м². Административные здания и территория парка технически подключены к сети Internet и имеет зону покрытия Wi-fi.

Парк «Роев ручей» обладает собственным сайтом, режим доступа <https://roev.ru>, возможности сайта доступны для лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для слепых и слабовидящих.

Всего видов животных в коллекции – **718**, из них **294** вида животных внесено в Международную Красную книгу, 35 видов – в Красную книгу Российской Федерации, всего в парке содержится **8090** экз. животных.

Ежегодно Парк «Роев ручей» посещает более 700,0 тысяч человек, из них примерно 400,0 тысяч приходится на активный летний сезон. По оценкам специалистов Парка, не менее двух тысяч туристов – организованные группы из Китая, Японии, государств Европы - приезжает посмотреть на уникальную коллекцию животных планеты, содержащуюся в условиях Сибири.

Коллектив Парка «Роев ручей» ведет активную международную деятельность, является действительным членом Евро-Азиатской Региональной Ассоциации зоопарков и Аква террариумов и членом Ассоциации северных зоопарков мира и подтвердил свою высокую репутацию в среде профессионального сообщества, в том числе и как организатор профессиональных мероприятий международного уровня.

В 2019 г. МАУ «Парк «Роев ручей» включен в культурную программу 19 Всемирной зимней универсиады. Растет население города и увеличивается количество посетителей парка. В 2017 г. Парк «Роев ручей» посетило более 700 000 человек при численности населения чуть более миллиона.

Ни для кого не секрет, что главные задачи современных зоопарков – сохранение разнообразия видов и просветительская деятельность. Но реалии всех без исключения зоопарков России таковы, что на обе эти задачи приходится зарабатывать самостоятельно, т.к. все зоопарки без дополнительного финансирования убыточны, и это непреложный факт.

Все государственные зоопарки России - это дотационные учреждения, субсидируемые из средств государственного бюджета. Источники финансирования

складываются из субсидий, доходов от продажи билетов, спонсорской помощи или благотворительных пожертвований. Государство РФ вкладывает значительные средства в развитие зоопарков, направленные на улучшение дизайна, обустройство внутренней инфраструктуры, конструкции экспозиций с целью обеспечения наибольшей привлекательности для посетителей [2].

Усредненный анализ финансово – хозяйственной деятельности зоопарков России за последние 5 лет показывает, что порядка 65% расходов зоопарков субсидируются государством, и только 35 % расходов покрываются доходами от платных услуг и иной коммерческой деятельностью зоопарков. Так же, анализ финансово – хозяйственной деятельности показывает, что число платных посещений зоопарков за последние 5 лет от года к году снижается [1].

Эта ситуация обусловлена рядом факторов, таких как экономическая ситуация (снижение реальных доходов основной массы населения), рост конкуренции на рынке культурно – развлекательных услуг, а также, снижение социальной активности большинства групп населения.

Однако, на наш взгляд, нельзя рассматривать любой зоопарк как коммерческое предприятие. Ведь есть заказ общества, потребность населения мегаполисов в общении с природой, животными. Кроме того, наличие зоопарка значительно увеличивает показатель «комфортности проживания» в городе.

Таким образом, для привлечения потока посетителей необходимо усилить активность в городском рекламном и информационном пространстве. Такая активность, помимо привлечения посетителей несет еще одну, немаловажную функцию – репутационную, повышающую статус учреждения, что в свою очередь косвенным образом влияет, в том числе на его финансирование из бюджета.

В Красноярске на информационном рынке работают 23 телеканала, предлагающие платное размещение рекламных материалов, более 40 печатных СМИ и около 25 интернет – ресурсов с подтвержденной посещаемостью, представляющих интерес для размещения.

В налоговом кодексе РФ п.23.3 «Порядок признания рекламных расходов» нормированные расходы на рекламу составляют 1% от фактической выручки, при этом, в рекламные расходы входят и такие позиции, как световые вывески, разного рода печатные материалы, посещение выставок, оформление витрин. Дефицит рекламного бюджета налицо.

Вместе с тем, анализ по данным Mediascope Проект TV Index показывает, что за последние три года прослеживается падение зрительской аудитории и перераспределение информационных потоков в сторону интернет – ресурсов. Так, на миллионный город, такой как Красноярск, аудитория зрителей утренней программы (популярная) у самой рейтинговой телекомпании составляет 3,24% от общего числа зрителей, что в количественном выражении составляет 200-300 человек. При этом, стоимость размещения 15 секундного ролика составляет от 15 до 45 тысяч рублей.

Хорошую эффективность показывает размещение информационных материалов в соц. сетях парка, таких как ФБ, ВК, Инстаграмм, сайт учреждения. За последние два года количество подписчиков в ВК увеличилось в два раза и на данный момент составляет более 25 тысяч реальных подписчика, регулярно просматривающих новости и публикации. Примечательно, что среди подписчиков групп в парках большое количество редакторов новостей телекомпаний, популярных блоггеров, журналистов и персон – лидеров общественного мнения, делающих репосты материалов.

Стоит отметить еще одну немаловажную тенденцию – снижение доверия населения к большинству «традиционных» средств массовой информации, к которым относятся почти все телекомпании и большинство официальных печатных изданий. Многие телекомпании переориентировавшись, смещаются в интернет – пространство, что позволяет им расширять аудиторию и более оперативно размещать информацию, нет необходимости придерживаться сетки вещания, в интернет – версии возможно разделение рекламных и

информационных материалов. Ещё один немаловажный плюс – соцсети являются интерактивным ресурсом, пользователи могут оставлять комментарии, задавать вопросы, в том числе и адресные, получать ответы. Что безусловно, повышает доверие к источнику информации. Журналисты все больше в поисках новостей обращаются к интернет ресурсам, основными из которых и являются соц. сети.

Заключение. Наполняя сети грамотным контентом, МАУ «Парк «Роев ручей» успешно решает многие задачи, донося до потребителя необходимую рекламную и информационно – просветительскую информацию (экономя рекламный бюджет).

Парк «Роев ручей» стал одним из ньюсмейкеров на информационном рынке Красноярска.

Эффект работы в данном направлении:

1. В каждой новости звучит МАУ «Парк «Роев ручей», бренд, который знает почти каждый житель Красноярского края и не только. При планировании досуга посещение парка - один из вариантов.

2. Благодаря информационной активности, специалисты парка зарекомендовали себя как «эксперты» и практически в каждой ситуации связанной с живой природой, журналисты телекомпаний, газет и интернет-изданий обращаются к специалистам парка за комментариями, публикуя новости с цитатой: «как пояснили специалисты парка «Роев ручей»... (ситуации: в черте города стали появляться медведи, на балкон заползла змея, стало много ворон, прилет сов в спальные районы города, поведение сусликов, массовый вылет слётков и т.д.). Это тоже дополнительная реклама, притом бесплатная.

3. В настоящее время работа пресс-служб муниципальных, краевых и федеральных структур переориентирована на работу в социальных сетях, почти каждый руководитель и специалист имеет свои «странички», где общение проходит «в реальном времени».

Есть страницы у руководителей города, депутатов, членов наблюдательного совета, которые являются посетителями и подписчиками групп «Роева ручья». Таким образом, формируется положительный образ учреждения, повышается его значимость для города, а это косвенно учитывается при формировании бюджета.

4. Интересный контент расходуется среди посетителей страниц, что предъявляет довольно высокие требования к качеству размещаемых фотографий и видеоматериалов. Такие материалы с удовольствием берут в работу большинство новостных информационных агентств, такие как Рейтерс, Ассошиэйтед Пресс, Лайф, ИТАР – ТАСС, все местные СМИ, а интересные фотографии и видеоролики расходятся по личным страницам посетителей, «уходят в народ». Рекорд новости – 58 тыс. просмотров за сутки.

Таким образом, у МАУ «Парк «Роев ручей» есть положительный эффективный опыт работы и важный залог успеха – хорошие отношения с представителями СМИ.

Литература

1. Программа профессиональной переподготовки MBA General City Business School
Этика и экологическая ответственность коммерческой деятельности зоопарков РФ Этика и экологическая ответственность коммерческой деятельности зоопарков РФ
<http://www.vita.org.ru/amusement/zoo/zoorus.htm> (дата обращения 20.09.2018)

2. Савенкова С. Е., Косарева Г. В. Зоопарк в кругу своих задач сквозь призму исторического экскурса и реальности // Юный ученый. — 2015. — №1. — С. 48-53. URL: <http://yun.moluch.ru/archive/1/65/>(дата обращения: 21.09.2018).

3. Мингазов И.М., Макашова В.Н. Социальные сети как инструмент продвижения
<https://www.scienceforum.ru/2016/1573/25165>

НОВЫЕ ТУРНАПРАВЛЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РФ

В.Ю. Жиленко,

кандидат биологических наук,

доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»

Аннотация. В статье проводится статистический анализ динамики развития внутреннего туризма в РФ. Исследуются новые виды туризма, приводится характеристика перспектив развития инновационных видов туризма на территории РФ. Выявлена необходимость введения новых турнаправлений туроператорами для поддержания уровня конкурентоспособности реализуемых туруслуг.

Ключевые слова: внутренний туризм, туристско-рекреационный комплекс, инновационные виды туризма.

Введение. Туризм является отраслью, которая оказывает влияние на социально-экономическое развитие территорий. Туристская отрасль обладает мультипликативным эффектом, аккумулируя доходы в смежных отраслях экономики. Среди основных видов туризма внутренний туризм является основным источником финансовых поступлений от турдеятельности. В последние годы данное направление в туризме становится все более популярным в связи с возникшими экономическим кризисом, санкциями со стороны ЕС и США, геополитической ситуацией на Украине. Вопросы развития внутреннего туризма исследованы в работах Е. Г. Леонидовой [8], И. Н. Корабейникова и И. Л. Поляковой [5], И. П. Кульгачёва, М. М. Романовой [7], Г. М. Дехтярь и др. [3].

Развитию внутреннего туризма в РФ способствует принятие в 2011 году ФЦП по развитию внутреннего и въездного туризма в России до 2018 года [1]. В Программе основная цель заключается в повышении конкурентоспособности туррынка России, который соответствовал потребностям иностранных и российских граждан в высококачественных туруслугах. В задачи Программы входит улучшение качества туруслуг, содействие развитию всего туристско-рекреационного комплекса РФ, способствуя продвижению турпродукта РФ на внутреннем и мировых туррынках. Конечными результатами от реализации Программы является создание в различных субъектах сети эффективных, конкурентоспособных туристско-рекреационных и автотуристских кластеров. Всего в рамках ФЦП предусмотрено строительство ста пятидесяти четырёх объектов обеспечивающей инфраструктуры на территории двадцати шести регионов РФ. При этом пятьдесят пять объектов уже построено и введено в эксплуатацию, двадцать один объект построен и ожидает ввода в эксплуатацию, еще семьдесят восемь находятся в стадии строительства.

В результате поддержки государства внутреннего туризма в 2015 году были образованы новые структурные подразделения: при экспертном совете Министерства культуры РФ - Комитет по реализации импортозамещения в туризме с участием крупнейших туроператоров, которые работали ранее только по направлениям выездного туризма. Задачами комитета является формирование и подготовка к продаже брендовых маршрутов, которые обеспечивают турпотоками регионы РФ, которые не вовлечены в индустрию туризма. В комитете разработаны стандарты внутренних маршрутов, сформирована экспертная группа из практиков турбизнеса, которая проводит экспертизу маршрутов, после чего маршрут поступает в продажу; правовыми вопросами в сфере внутреннего туризма занимается созданный при Правительстве РФ – специальный Координационный совет по развитию внутреннего и въездного туризма.

Быстрое развитие внутреннего туризма в РФ повлекло за собой увеличение уровня конкуренции среди туроператоров по внутренним турнаправлениям. В современных условиях жесткой конкуренции, экономической и политической нестабильной ситуации,

туристским организациям необходимо постоянно адаптироваться к значительно изменяющимся внешним условиям. У туристов постоянно возрастают потребности, туристский рынок все больше становится насыщенным турпродуктами, поэтому возникает необходимость в поиске новых турнаправлений. Таким образом, исследование новых туристских направлений как инструмента развития внутреннего туризма в РФ является актуальным.

Методы и организация исследования. Методологические подходы к исследованию основываются на таких общенаучных методах исследования, как сравнение, обобщение, анализ и синтез. Информационной базой исследования послужили труды отечественных Т. Н. Григоренко и Л. Н. Казьминой [2], В. И. Кружалина, К. В. Кружалина и Н. В. Шабалина [6], Т. В. Усковой и др. [11] и зарубежных авторов таких как N. Antonakakis [12]; J. H. Falk, R. Ballantyne, J. Packer [14].

Несмотря на значительное количество научных исследований в отрасли внутреннего туризма, влияние инноваций на развитие внутреннего туризма изучено не было и требует изучения.

Результаты и их обсуждение. Были проведен анализ статистических данных деятельности туристских фирм в РФ (табл. 1).

Таблица 1

Показатели по деятельности турфирм

Показатель	2015	2016	2017	Тем прироста, %
Число турфирм (на конец года) - всего	11893	12395	13580	14,2
в том числе занимались:				
туроператор. деят.	349,0	549,0	723,0	107,2
туроператор. и турагент. деят.	1159	1479	1723	48,7
турагент. деят.	9701	9300	11134	14,8
только продвижением туров (путевок)	-	-	-	-
иной туристской деят.	-	-	-	-
только экскур. деят.	684,0	1067	-	56,0
Число реализованных населению турпакетов – всего, тыс.	4024	3352	4390	9,1
из них гражданам РФ:				
по территории РФ	1331	1529	1552	16,6
по зарубежным странам	2482	1625	2605	5,0
Стоимость реализованных населению турпакетов – всего, млн. руб.	239554	192624	281229	17,4
из них гражданам РФ:				
по территории РФ	50517	49166	52290	3,5
по зарубежным странам	183970	138120	222171	20,8

Источник: данные Росстата [10]

Исследование статистических данных за 2015-2016 гг. выявило, что значительно выросло количество туристских фирм занимающихся туроператорской деятельностью (темп прироста составил 107,2 %), только экскурсионная деятельность перестала быть основным направлением и за 2017 год таких турфирм нет.

В целом спрос на турнаправления как по РФ, так и по странам зарубежья растет незначительно (темп роста реализованных населению турпакетов, составил 17,4%).

Было выявлено, что темп роста реализованных турпакетов по территории России составил 16,6%, тогда как по зарубежным странам всего 3,5%. Рост популярности

зарубежных турнаправлений появился только в 2017 году, в 2016 году наблюдался спад по данным турнаправлениям.

В связи с возросшим спросом на внутренний туризм, возникает необходимость в предложении новых турнаправлений. К инновационным мировым видам туризма можно отнести такие виды туризма как: джайлоо-туризм, кинотуризм, фестивальный, гастрономический, караванинг [4].

Джайлоо-туризм. Данный вид туризма зародился в Киргизии, для туристов был разработан особенный маршрут. Название данного вида туризма произошло от названия «джайлоо» - это юрты, в которых живут киргизские пастухи. Данные туры не предполагают проживание туристов в комфортных условиях, но у туристов появляется уникальная возможность познакомиться с бытом и обычаями, попробовать блюда национальной киргизской кухни, подышать чистым воздухом в горах. Джайлоо-туризм является достаточно экстремальным видом туризма, в ходе маршрутов возможно нападение диких животных и неоднозначная реакция аборигенов. Кроме Киргизии туры организуются и в другие страны: Африку, Южную Америку, на острова Микронезии и другие регионы далекие от цивилизации.

Джайлоо-туризм может развиваться и в России. В стране огромные территории нетронутой природной среды где проживают в различных республиках мультиэтническое население у которых сохранились язык и культура – весь этот этнокультурный потенциал может стать значительным туристским потенциалом для развития данного вида туризма.

Особый интерес для развития джайлоо-туризма могут представлять степи Бурятии, побережье Черного моря, Кавказские горы и арктические тундры Чукотки.

Другим не менее интересным видом туризма является кинотуризм. Кинотур- это особый вид туристского продукта, нитка маршрута в котором строиться по трем направлениям:

1. по наиболее интересным местам и достопримечательностям, где проходили сами съемки;
2. по самым известным объектам индустрии кино (киностудиям и др.);
3. по известным и значимым местам кинособытий (слетам, фестивалям и др.).

Наиболее популярным направлением для кинотура является путешествие по местам съемки, которые проектируются на топографической основе при соблюдении всех классических приемов и методов туристского проектирования. Основным мировым турцентром кинотуризма стала Новая Зеландия. После съемок трилогии «Властелин колец» здесь значительно увеличились туристские потоки. В дальнейшем популярность страны выросла благодаря выходу экранизаций произведений «Хроник Нарнии» и «Хоббита». Великобритания также привлекает туристов. В страну отправляются поклонники таких фильмов как «Гарри Поттер», «Шерлок Холмс» и «Джеймс Бонд».

В РФ есть сайт www.kinoturizm.ru, целью которого является сбор достоверной и подробной информации о местах, где снимались фильмы. В России на данном сайте места съемок фильмов представлены Карелией, Краснодарским краем, Ленинградской, Московской и Самарской областью.

Фестивальный туризм. В последние годы фестивальный туризм все больше ассоциируется у туристов с посещением известных музыкальных фестивалей.

У туристов, отправляющихся в Европу за музыкальными впечатлениями появляется возможность побывать сразу на нескольких музыкальных фестивалях. Данные фестивали характеризуются тем, что проходят всего за несколько дней, вблизи сцены устанавливают стоянки для трейлеров, оборудуют кемпенги.

Основными музыкальными культовыми событиями являются испанская Primavera, которая проходит в конце мая начале июня, в конце июня проходит в Великобритании фестиваль Гластонбери, а в августе в Венгрии.

Для туристов интересующихся фестивальным туризмом есть специальный сайт Festicket.

Такие красочные грандиозные события как карнавалы в Бразилии и Венеции также можно отнести к фестивальному туризму[9].

Гастрономический туризм. Данный вид туризма предполагает путешествия с целью ознакомления с национальной кухней, экзотическими блюдами, а также посещение туристами различных гастрономических фестивалей.

Например, для привлечения туристов в Италии устраивают мастер-классы по приготовлению пиццы, пасты.

Во Франции гастрономические пристрастия туристов вызваны знакомством с сырами и винами. Любители настоящих насыщенных чаев направляются в Китай [9].

Караванинг. Этот вид туризма представляет собой путешествия на трейлерах, ночевки на кемпенгах. В настоящее время в США и Европе многие живут в трейлерах [13]. Данный вид туризма подойдет тем, кто всегда мечтал отправиться в автомобильное путешествие без остановок в отелях.

Бэкпэкер-туризм. Этот вид туризма характеризуется максимально экономным путешествием. Бэкпэкеры обычно берут с собой рюкзак и путеводители. Туристы путешествуют преимущественно автостопом или предпочитают общественный транспорт, ночуют в недорогих хостелах или в палатках. В развитых странах такой туризм выпадает обычно на время после окончания учебы и до начала работы.

Фестивальный туризм также становится все более популярным в РФ. В настоящее время в России традиционно проводятся следующие фестивали: Всероссийский фестиваль детского и юношеского творчества «Праздник детства»; Национальный фестиваль музыкально– художественного творчества «Планета детства»; Всероссийский фестиваль авторской песни « Бабье лето»; «Международный Фестиваль уличных театров в Архангельске», включен в список мероприятий «Всемирного Десятилетия Развития Культуры» (1988– 1997 годы), провозглашенного ЮНЕСКО.

Фестивали являются одной из важнейших частей турдеятельности, так как фестивали расширяют ассортимент турпродуктов в составе событийного туризма, способствуют увеличению attractiveness регионов, служат для пополнения кругозора туристов. Данный вид туризма становится все более популярным, способствуя притоку большого числа туристов и повышению за счет них экономического развития регионов.

Гастрономический туризм в настоящее время в РФ развивается достаточно медленно, но все равно пользуется значительной популярностью среди туристов. Основными регионами являются Ставрополь и Крым. В Ставропольском крае туристы знакомятся с традиционными блюдами кавказской кухни, а в Крыму все большую популярность приобретает этнотуризм с винными турами. Гастрономический туризм является перспективным развивающимся видом туризма в РФ.

Караванинг в России является молодым направлением в туризме, но уже получает все большее распространение.

Таким образом, самыми необычными и перспективными инновационными видами туризма для РФ являются: фестивальный туризм, джайлоо– туризм и гастрономический туризм. Опеределенные перспективы к развитию имеет и кинотуризм. Данные инновационные виды туризма являются очень перспективными для туристских дестинаций РФ, новые виды туризма могут стать главным инструментом для развития внутреннего туризма в РФ.

Литература

1. Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.) [Электронный ресурс]: федер. целевая прогр. URL: <http://www.programs.gov.ru/razvitieturizma> (дата обращения: 15.03.2018).
2. Григоренко, Т. Н. Приоритеты в области развития внутреннего и въездного туризма России на современном этапе [Текст] / Т. Н. Григоренко, Л. Н. Казьмина // Вестник Национальной академии туризма. — 2015. — № 4. — С. 14—17.

3. Дехтярь Г. М. Об итогах реализации ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» в 2016 году [Текст] / Г. М. Дехтярь, Н. Н. Калмыков, Е. Л. Попченко, А. А. Орлянская, И. У. Мусин // Московский экономический журнал. – № 3. – 2017. – С. 99-113.

4. Жиленко, В. Ю. Инновационные виды туризма: проблемы и перспективы развития в РФ [Текст] / В. Ю. Жиленко, Глумова Я. Г., Яковенко О. В. и др. // European research : сб. статей XVI междунар. науч.-практ. конф., Пенза, 14 авг. 2018 г. : в 2 ч. / МЦНС «Наука и Просвещение» ; отв. ред. Г. Ю. Гуляев. – Пенза, 2018. – Ч. 2. – С. 24 – 27.

5. Корабейников И. Н. Тенденции и проблемы развития внутреннего туризма в Российской Федерации [Текст] / И. Н. Корабейников, И. Л. Полякова // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. - № 3 (53). – 2015. – С. 266-269.

6. Кружалин, В. И. Состояние российского туризма, проблемы и перспективы [Текст] / В. И. Кружалин, К. В. Кружалин, Н. В. Шабалина // Вестник Национальной академии туризма. — 2016. — № 1. — С. 10—13.

7. Кульгачёв И. П. Предложения по развитию внутреннего туризма в Российской Федерации [Текст] / И. П. Кульгачёв, М.М. Романова / Молодой ученый. — 2016. — №11. — С. 804-812.

8. Леонидова Е. Г. Развитие внутреннего туризма в регионе [Текст] / Е. Г. Леонидова // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. № 2 (50), 2017, pp. 271-283.

9. Новиков, В. С. Инновации в туризме [Текст] / В.С. Новиков. - М.: Академия, 2015. - 208 с.

10. Статистические данные по сфере туризма. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.fedstat.ru/indicators/themes.do> (дата обращения: 29.06.2018).

11. Ускова, Т. В. Социально-экономический ресурс туризма [Текст]: монография / Т. В. Ускова, Л. В. Дубиничева, В. С. Орлова. — Вологда: ИСЭРТ РАН, 2011. — 182 с.

12. Antonakakis, N. Tourism and economic growth: Does democracy matter? [Text] / N. Antonakakis, M. Dragouni, B. Eeckels, G. Filis // Annals of Tourism Research. — 2016. — № 39. — Pp. 231—267.

13. Concise Travel and Tourism Geography in English [Text] / Краткая география туризма и путешествий на английском языке. - М.: Советский спорт, 2017. - 248 с.

14. Falk, J. H., Travel and learning: Aneglected tourism research area [Text] / J. H. Falk, R. Ballantyne, J. Packer, P. Bekendorff // Annals of Tourism Research. — 2012. — № 39. — Pp. 908—927.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА ИЗ ИРАНА В РОССИЙСКУЮ ФЕДЕРАЦИЮ

Жуков П.В.,

*старший преподаватель ГАОУ ВО ЛО «ЛГУ им. А. С. Пушкина»,
генеральный директор центра детско-юношеского туризма «Terra Holiday»*

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы развития иранского турпотока его специфика и перспективы.

Ключевые слова: Halal Friendly, иранские турпоток, туристы-мусульмане

Актуальность привлечения ближневосточных туристов в Российскую Федерацию неоднократно отмечалась на встречах представителей турбизнеса с представителями Ростуризма. После чего большое внимание к этой теме было обращено на Всемирном саммите исламского туризма (WITS15) в Абу-Даби, ОАЭ. Участниками саммита было

отмечено, что инвестиции в халяльный туризм, туристами из Объединенных Арабских Эмиратов, в ближайшие 4 года составят около 300 миллионов долларов. Это связано в первую очередь с высокими темпами роста исламского туризма, занимающего в настоящее время 13% от всего международного туристского рынка, составляющими 4,8% против 3,8% в остальном сегменте туризма. И согласно отчету агентств DinarStandard(США) и Crescent Rating (Сингапур) к 2020 году исламский туризм достигнет общего объема годовых затрат в 192 миллиона долларов. [1]

Как и прочие страны Ближнего Востока, Иран показывает стабильное и динамичное увеличение турпотока в Российскую Федерацию. Среди всех государств, чьи граждане въезжают на территорию РФ с целью туризма, ИРИ показывает самый высокий показатель роста турпотока, который в 2015 году составил 56%, а в 2016 году достиг максимального, в современной истории отношений двух стран, показателя в 62%.

Рост туристского потока из Ирана обусловлен целым рядом факторов, среди которых:

- Восстановление торгово-экономических и дипломатических связей между странами, вызванное снятием санкций с Ирана;
- Снижение курса российской валюты в 2014-2015 годах;
- Сложности, возникающие у граждан Ирана, с получением виз в страны Америки и Европы;
- Активное продвижение российского туристского продукта на иранском рынке;
- Взаимодействие ряда коммерческих туристских организаций двух стран.

Для иранских туристов наиболее свойственным видом туризма являются групповые поездки. Они предпочитают такие направления, как: Санкт-Петербург и Москва, так как они являются культурно-историческими центрами России; Казань, являющуюся центром исламской культуры на территории РФ; Сочи, с целью посещения олимпийских объектов и как центра пляжного туризма с высоко развитой инфраструктурой; Республики Северного Кавказа.

Наиболее популярными групповыми турами, среди туристов из ИРИ, являются экскурсионные поездки по трем направлениям: Москва – Санкт-Петербург, Махачкала – Казань и город Сочи с прилегающими территориями. [3]

Так как в современных условиях развития экономики туристская сфера и турбизнес являются наиболее экономически выгодными формами хозяйственной деятельности, а мировая индустрия входит в период постоянного увеличивающегося объема путешествий, усиливающейся конкуренции среди регионов и стран пребывания. Необходимо постоянно предпринимать ряд различных мероприятий и организационных решений по формированию новых и поддержанию уже существующих турпотоков. Именно поэтому, отечественная сфера гостеприимства, в настоящее время начинает реализовывать ряд инновационных программ, таких как «China Friendly» и «Halal` Friendly».

Проект Halal Friendly («Дружественный Халяль») – это система добровольной сертификации услуг предприятий туристской сферы на соответствие потребностям туристов из арабских стран мира. Сертификат соответствия «Дружественный Халяль» – официальное независимое подтверждение того, что предприятие туристической индустрии соответствует критериям программы «Halal Friendly». Процедура сертификации соответствия объектов является платной и включает в себя сертификацию объекта, обучение персонала, а также последующий аудит выполнения предъявляемых требований. Сертификат выдается сроком на 1 год.[4]

Несомненно, потоки туристов-мусульман и гостей из Китая несопоставимы на рынке въездного туризма России. Это может послужить тормозом в продвижении программы «Халяль Френдли», так как туристы из арабских стран, как и условия самой программы, достаточно притязательны к условиям проживания и питания. Таким образом, российские предприниматели могут усомниться в необходимости подобной сертификации, в ближайшие годы, пока рынок исламского туризма не будет показывать стабильные темпы

роста в России. Но с точки зрения туристского бизнеса туристы-мусульмане «интереснее» китайских, так как оставляют в странах пребывания значительно больше средств и посещают гораздо больше музеев, предприятий питания и анимационных программ, да и количество мусульман в мире значительно превосходит количество граждан КНР, что для потенциального рынка очень важно. Вероятно, рост турпотока из Ирана сыграет важную роль в продвижении подобной программы, так как туристы-мусульмане по большей части выбирают отели высокой звездности (4-5 звезд), для которых выполнения всех требований предоставления сервиса, необходимых для сертификации в программе «Халяль френдли», является не столь затратным, за счет и так высокого уровня обслуживания. Таким образом, гостиницы высокого уровня обслуживания привлекут все большие потоки туристов-мусульман и послужат примером для широкого ряда предприятий туристской сферы, в продвижении программы «Дружественный халяль». [5]

Наиболее острой проблемой для российского рынка являются требования, выдвигаемые на основании религиозных законов мусульман, к таковым относятся:

- Обязательное разделение пляжей, бассейнов, спа-салонов, фитнес залов и прочих предприятий досуга на женскую и мужскую зону, либо иметь попеременный график посещения;
- Одежда сотрудниц должна в полной мере соответствовать требованиям исламской морали (одежда прикрывает все тело, за исключением кистей рук и лица);
- Наличие на территории отеля молельной комнаты, либо возможности трансфера гостей до ближайшей мечети, согласно их требованиям;
- Обслуживающий персонал на предприятиях досуга должен быть одного пола с посетителями.

По большей части, именно эти требования являются наиболее сложными для реализации программы «Халяль френдли» в большинстве российских гостиниц. Многие из малых и средних предприятий гостеприимства попросту не обладают достаточным количеством ресурсов, для подобного разделения и обслуживания. Но стоит отметить и тот факт, что для большинства крупных гостиниц подобные действия составят лишь малую часть от общих затрат, выделяемых на ведение гостиничного хозяйства.[6]

Для большего удобства туристов, также было предложено ввести свойственную для Ближнего Востока халяльную систему классификации гостиниц, основанную на 5 лунах, которые соответствуют 5 звездам в Западных странах. Таким образом, предприятия гостиничной сферы, которые оказывают халяльные услуги, можно разделить по следующей классификации:

- 1 луна. Номера отеля оборудованы согласно требованиям программы «Халяль френдли» и на стойке регистрации можно получить информацию о близлежащих халяльных предприятиях общественного питания;
- 2 луны. На завтрак в гостинице подаются халяльные блюда, а также в гостинице имеется молельная комната;
- 3 луны. Предприятие питание в гостиницу имеет отдельную кухню «халяль»;
- 4 луны. Предприятия досуга в полной мере соответствуют основным нормам исламской морали (разделение на мужские и женские зоны; обслуживающий персонал одного пола с клиентами)
- 5 лун. Гостиничный комплекс оказывает исключительно халяльные услуги и абсолютно полностью соответствует нормам Ислама.[7, С.32]

В результате полученных сведений, можно прийти к выводу о том, что сертификация по программе «Halal` Friendly» не является тяжелым технологическим и финансовым решением для гостиниц, направленных на прием туристов-мусульман. Это во многом следует из того, что понятие «халяльный» в переводе означает «правильный; нормальный», то есть соответствующий современным требованиям к туристской индустрии со стороны законодательства РФ. Тем самым, можно прийти к выводу о том, что несмотря на возможное прекращение роста турпотока из арабских стран, отельеры не понесут больших

убытков от сертификации своих услуг по системе «Халяль френдли», но в противном случае, при продолжающемся росте турпотока из арабских стран, большинство предприятий, вступивших в программу, сможет привлечь к себе большое количество туристов-мусульман, для которых подобная сертификация является очень важным аспектом при выборе гостиницы. Такие выводы подтверждаются и тем, что уже ряд крупных российских гостиниц прошел сертификацию, по программе «Halal` Friendly», среди них: отель «Park Izmailovo Moscow», который также получил категорию «4 Луны», отель «Azimut Moscow Olympic Hotel», гостиница «Метрополь», также в настоящее время сертификацию проходят ряд гостиниц в Санкт-Петербурге, Казани и Сочи. Подобные меры, лишь за полгода, позволили России занять 49 место в рейтинге стран, удобных для халяльного туризма, оставив позади себя такие важные туристские направления как Китай, Кипр, Нидерланды и Италия. Такие результаты должны послужить толчком, к дальнейшему развитию мусульманского туризма в стране.

Туристы и путешественники, прибывающие из Ирана в Россию даже в составе организованных групп, зачастую могут встретиться с различными проблемами, среди которых ключевыми являются:

1. Малое количество гидов-переводчиков, способных разговаривать на русском и персидском (фарси) языках.
2. Отсутствие торговых и досуговых центров, удовлетворяющих нормам исламской морали, очень важным аспектом которой является разделение по половому признаку мест проведения досуга.

С целью поддержания и укрепления взаимного сотрудничества необходимо и дальше совершенствовать индустрию гостеприимства, развивать направления подготовки специалистов, внедрять новые механизмы контроля качества и развивать уже имеющиеся. Налаживание международных связей в области сотрудничества в туризме также играет немаловажную роль в современных условиях. Создание ОЭЗ может послужить хорошим основанием для привлечения зарубежных инвестиций.

Необходимо помнить и о политической основе турпотоков. Особенно с учетом того, что эта сфера взаимодействия между Россией и Ираном долгое время переживала тяжелые времена. Сегодня необходимо предпринимать шаги, которые способны привести к взаимовыгодному стратегическому сотрудничеству. Российская Федерация и Иранская Республика Иран во много зависят друг от друга, и подобную зависимость необходимо переводить в плоскость продуктивного взаимодействия, а для этого, как известно, необходимо достигать успехов во всех совместных проектах и сферах деятельности. И туризм, как один из важнейших элементов современной мировой экономики, несомненно должен сыграть большую роль в развитии ирано-российских отношений.

Литература

1. Скрынченко Е.В. туристические выставки МИТТ и ИТВ. Сравнительный анализ [Текст] / Скрынченко Е.В.; Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. 2010. № 2. 360-с.
2. Торопыгин А.В. Страны ЕврАзЭс: новый этап сотрудничества [Текст] / Торопыгин А.В. ;Управленческое консультирование. 2009. № 4 (36). 119-с.
3. Туркина Е.В. Влияние спортивных мероприятий на туристские потоки [Текст] / Туркина Е.В. // В сборнике: Современные проблемы гуманитарных и естественных наук, материалы XXXI международной научно-практической конференции. // Научно-информационный издательский центр "Институт стратегических исследований". 2016. 152-с.
4. Бельский, Ю.Л. Конвергенция экономик стран ЕврАзЭс: основные макроэкономические показатели [Текст] / Ю.Л. Бельский; Известия СПбГЭУ. 2009. № 4.73с
5. Мальцева В. М., Программы персонализации в индустрии гостеприимства: гостиницы по шариату [Текст] / Мальцева В.М., Тырина Т.Г.// В книге: Актуальные

проблемы науки: от теории к практике / материалы IV Всероссийской научно-практической конференции РГСУ / Под редакцией Ю. П. Кожаева, О. Ю. Зевеке. 2016. 33-с.

6. Кулагина Л. М. Иран: экономика, история, культура [Текст] / Кулагина Л.М// сборник статей / ответственный редактор М. Кулагина. Москва, 2010.

7. Коновалова Е. Е. Выставки как эффективное средство продвижения туристического продукта [Текст] / Коновалова Е.Е.; Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2011. № 7. 72-с.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В МЕЙНСТРИМЕ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Т.Б. Климова,

*кандидат экономических наук, доцент
доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса*

О.В. Яковенко,

*старший преподаватель
кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса*

Аннотация. Цифровая экономика меняет деятельность многих компаний и гостиничный бизнес не является исключением. Цифровые инновации активно внедряются в процесс обслуживания клиентов. В статье рассмотрены составляющие цифровых инноваций, использование которых направлено на привлечение потребителей и повышение качества их обслуживания.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, гостиничная индустрия, цифровые технологии, мобильные приложения.

Современный бизнес все в большей степени переходит в плоскость цифровой экономики, особенностью которой является взаимодействие субъектов экономических отношений на основе бизнес-платформ. Платформа заменяет пошаговую цепочку передачи ценности от производителя к потребителю, требующую длительного времени, на площадку, позволяющую мгновенно передавать ценности всем заинтересованным сторонам - участникам платформы. Цифровая трансформация меняет деятельность компаний: бизнес-процессы автоматизируются, время обработки запросов и выполнения операций сводится к минимуму.

Самыми инновационными компаниями мира в рейтинге по итогам 2017 года традиционно являются IT-компании – Apple, Google и Microsoft. Четверть списка занимают бренды, продающие цифровые продукты и услуги [].

В 2017-м году в список 50 самых инновационных компаний мира вошли Airbnb, Marriott, Expedia и IHG, заняв, соответственно, 11, 20, 24 и 44 места. Несмотря на то, что Hilton выпал из списка, а в 2016-м находился на 37-м месте, стоит отметить, что до 2015-го года компании гостиничной индустрии в рейтинге вообще отсутствовали []. Таким образом, усиление гостиничных операторов и появление онлайн-трэвел агентств – очевидным образом говорит о тренде – сдвиге инноваций в сторону сервисных компаний.

Уже сейчас клиенты создают запрос на более гибкое и персонализированное обслуживание, что вынуждает отельеров искать идеальный баланс между традиционным стилем и цифровым обслуживанием. Возникает вопрос: нужно ли полностью компьютеризировать отель, или лишь настолько, чтобы привлечь больше гостей?

Традиционные гостиницы имеют простую архитектуру и хороший дизайн, бизнес строится на прочном фундаменте и хорошей репутации. Клиенты считают такие гостиницы надежными и удобными. Из всего цифрового многообразия предпочитают беспроводный Интернет.

Более молодое поколение туристов рассматривают компьютеризированные гостиницы, как более модные и шикарные. У них современный дизайн интерьера и особая атмосфера, они отлично вписываются в их стиль жизни.

Важно подчеркнуть, что именно для поколения миллениалов новой потребностью является требование мгновенного доступа к информации. В организационном отношении потребители этого поколения ценят скорость, гибкость и эффективность обслуживания в путешествиях, бронирование средств размещения и билетов на транспорт чаще осуществляют через Интернет. Такие туристы повсюду носят с собой смартфоны. Они используют свои девайсы для решения любых проблем во время путешествия. Их называют «безмолвными путешественниками».

Учитывая то, что технологии начинают доминировать в обществе, отельерам необходимо играть на опережение. Привлечение миллениалов будет неразрывно связано с внедрением высокотехнологичных инноваций в обслуживании гостей.

В стратегии гостиничных цепей можно выделить два основных направления. Во-первых, создание нового типа гостиниц, изначально оснащенных всем необходимым для потребителей поколения Y и соответствующих их потребностям. Во вторых, модернизация всей сферы гостиничного обслуживания на основе внедрения новых цифровых технологий (мобильных), изменения дизайна основных пространств отеля и расширения спектра дополнительных услуг.

Гостиничный комплекс, реагирующий на одно-единственное прикосновение к его компьютерной системе, планшеты, установленные в каждой комнате, выступающие в роли виртуального консьержа, смартфоны или программы, которые позволят зарегистрироваться без непосредственного общения с людьми, и попасть в свой номер, открыв дверь при помощи мобильного телефона, цифровые киоски – все это основные тренды гостиничного бизнеса, которые будут пользоваться популярностью, особенно среди поколения миллениалов.

Уже сегодня все больше гостиниц устанавливают в своих фойе цифровые терминалы, чтобы гости попадали в привычное hi-tech окружение. Активно начинают использовать электронные системы регистрации в виде киосков-автоматов. Среди представителей поколения миллионеалов 36% предпочитают check-in-автомат. Киоски-автоматы также используют для получения материалов или информации о гостинице и местных достопримечательностях. Информацию с них можно легко загрузить на смартфон или планшет в виде файла PDF.

Все внимание уделяется качеству обслуживания клиентов. Социальные сети играют в этом огромную роль, делают обслуживание приятнее. Некоторые отели как бы привносят третье измерение, устанавливая доступ к социальным сетям прямо в фойе. На табло показывают контент, созданный пользователями, лучшие фото гостей и данные страничек в социальных сетях тех, кто посетил этот отель. Такие новинки показывают гостям фото и события, а также продвигают разные услуги.

В Marriott в фойе стоит огромный интерактивный цифровой экран и приложение под названием Шесть градусов (Six Degrees), которое позволяет людям общаться друг с другом. Оно работает в сфере загрузки информации и соединяет со страницей на LinkedIn. Этот экран нацелен на бизнес путешественников, которые много переезжают с места на место по делам и хотят легко находить единомышленников в новых местах. Цель экрана – познакомить между собой как можно больше гостей, которые проживают в гостинице. Лишь немногие приложения выполняют подобную функцию. Таким образом, социальные сети становятся публичными и позволяют гостям связаться друг с другом.

В фойе 1000 hotel в Сиэтле размещен игровой интерактивный стол Microsoft, на котором можно поиграть в виртуальные шахматы или узнать все о гостинице от цифрового консьержа.

В перспективе и традиционные функции консьержа могут выполняться роботизированными автоматами. Экспериментальный образец прототипа такого робота-

консьержа, разработанного компанией Savioke, уже апробирован на практике. Робот-дворецкий A.L.O Botlr может самостоятельно передвигаться по отелю, вызывать для гостей лифт, выполнять функцию гида по гостинице, доставлять во встроенном в корпус контейнере в номер необходимые гостю вещи и продукты. Однако самые необычные модели роботов встречают гостей японского отеля The Henn на Hotel в городе Сасебо. На стойке регистрации трудятся человекообразные роботы. Разработки собственных гостиничных роботов уже представили такие крупные гостиничные бренды как Marriott, Starwood и Hilton.

Широкое использование получают мобильные приложения, которые автоматически загружаются на смартфоны гостей и позволяют общаться с обслуживающим персоналом и руководством гостиницы. Это дает возможность сделать заказ без прямого контакта с оператором, что позволяет избежать ошибок, недопонимания, т.е. нивелировать «человеческий фактор» и получить желаемую услугу. Исследование западноевропейских абонентов, проведенное компанией McKinsey показало, что удовлетворенность абонентов растет при переводе взаимодействия в цифровые каналы.

В качестве примера можно привести мобильное приложение HOTEZA: Это приложение разработано в интуитивно понятном для поколения миллениалов дизайне в стиле Facebook и Google, автоматически распознает язык гостя и может осуществлять перевод. В мобильном приложении содержится вся необходимая информация обо всех основных объектах туристской инфраструктуры и сервис интерактивных карт, что позволяет гостю оптимально спланировать туристский маршрут. Приложение предполагает интеграцию с основными социальными сетями (Facebook, Twitter и пр.) и позволяет гостю сообщить свое мнение об отеле.

В Starwood Hotels and Resorts разработали мобильное приложение для регистрации, которое позволяет гостям открывать свои номера при помощи мобильного телефона. Система SPG Keyless – это первая в мире система, позволяющая клиентам открывать свои номера, просканировав смартфон (с приложением SPG). Когда номер готов, клиентам приходит сообщение и код. Они могут приехать в отель и пройти в номер, регистрация на стойке не требуется. Аналогичные технологии есть и у других гостиничных брендов, например у Hilton.

Не так давно компания dormakaba запустила проект BlueSky Access по организации мобильного доступа и быстрого заселения в отелях. BlueSky Access dormakaba – это система доставки ключей для организации доступа при помощи мобильных устройств с использованием облачных технологий, которая, объединяя безопасность и удобство, повышает степень удовлетворенности гостей. Крупные отельные сети, такие как Marriott и Hilton, уже внедрили этот сервис, как обязательную составную часть превосходного уровня клиентоориентированности, однако указанные бренды имеют собственные мобильные приложения, и компания dormakaba является одним из утвержденных поставщиков отельных замков для этих брендов.

Готовое решение BlueSky Access dormakaba также подходит для независимых и несетевых отелей. В этом случае отелю или управляющей компании нет необходимости разрабатывать приложение своими силами и можно быстро сделать шаг на встречу клиенту с помощью готового решения для организации мобильного доступа. Преимуществами приложения BlueSky Access dormakaba являются: безопасность (приложение включает в себя SDK комплект для разработки ПО, дополненный средствами защиты LEGIC Connect), активация Bluetooth-замков (все отельные замки dormakaba можно использовать совместно с приложением BlueSky Access dormakaba), гости могут бесплатно скачать приложение BlueSky Access dormakaba. Приложение BlueSky Access dormakaba доступно на английском языке для загрузки пользователями мобильных устройств под управлением ОС iOS и Android. Процесс регистрации в приложении очень прост. Навигация приложения понятна и последовательно проводит по всем этапам для получения мобильного ключа. Вне

зависимости от времени суток можно попасть в номер, минуя стойку регистрации или бесконечно длинную очередь.

Руководители предприятий гостиничной индустрии инвестируют в развитие своего бизнеса, формируют адекватные маркетинговые стратегии, направленные на привлечение потребителей, с осознанием того, что мы находимся в цифровом веке. Новые возможности для общения и снятия стресса во время путешествий позволяют гостям погрузиться в атмосферу гостиницы и воспользоваться всеми ее услугами и удобствами. Но это не значит, что отель будущего должен быть лишен человеческого общения. Суть в том, чтобы применить новые интерактивные технологии и популярные новинки и поставить их на службу людям, сделать их жизнь проще.

Все ожидают, что искусственный интеллект в 2018 году значительно повлияет на индустрию. GBTA ссылается на отчет IBM, в котором говорится, что примерно треть крупнейших участников туристической и гостиничной индустрии продолжают разрабатывать когнитивные проекты. Так, IBM упоминает «глобальную авиакомпанию», которая вложила в разработку коммуникации с путешественниками по образцу Siri для создания персонализированного плана поездки. Благодаря технологиям Qantas уже удалось на 90% сократить время регистрации; Amadeus создает типовые предложения на основании профилей путешественников в соцсетях, а у Hipmunk есть приложение, с которым можно разговаривать, как с живым человеком. В то же время стартапы вроде Lola Tech, созданного одним из основателей Кауак Полом Инглишем, тоже используют искусственный интеллект «с человеческим лицом», который, как они считают, предоставляет значительные возможности для развития бизнеса.

Еще одно существенное изменение в области бизнес-путешествий, которое, по мнению GBTA, может произойти в 2018 году, - сдвиг в сторону блокчейнов. American Express уже анонсировала запуск трансграничных B2B-транзакций на основе блокчейна. Visa объявила о том же решении в октябре, их примеру собирается последовать и MasterCard.

Общепринятым изменением стало и начало вхождения экономики совместного потребления в мейнстрим индустрии туризма и гостеприимства. Сегодня цивилизация движется к новой модели все более децентрализованных организаций, где крупные операторы отвечают за агрегирование ресурсов множества людей для предоставления услуг гораздо более активной группе потребителей. Онлайн-платформы, позволяющие людям и компаниям совместно использовать принадлежащие им ресурсы, уже создали мировой рынок с объемом более 15 млрд. долларов и перспективой роста до 335 млрд долларов к 2025 году.

Таким образом, рынок двигают мобильные продукты и возможности, аналитика больших данных, цифровое проектирование, скорость внедрения новых технологий. Гостиничный бизнес вынужден идти в ногу с новыми потребностями клиентов, трансформироваться гораздо быстрее, а значит лучше конкурировать в динамичной, постоянно изменяющейся экономической среде.

Литература

1. Аналитика. Тренды гостиничного бизнеса, которые невозможно игнорировать [Электронный ресурс]. URL:<https://hotelier.pro/sales/item/211-l-trends/211-l-trends>
2. Airbnb, Marriott, Expedia и IHG вошли в список 50 самых инновационных компаний мира 2017-го года [Электронный ресурс]. URL:<https://hotelier.pro/news/item/3248-innovation>
3. Муминова С.Р., Феоктистова В.М., Вагина У.В. Инновации в туризме на основе информационных технологий // Сервис в России и за рубежом. 2018. Т. 12. Вып. 1. С. 6-15. DOI: 10.24411/1995-042X-201810101.
4. Экономика совместного потребления против классической схемы бизнеса [Электронный ресурс]. URL: <https://hotelier.pro/hostels/item/3376-sharingeconomy>

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ ПУТЁМ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ

В.А. Козлова,

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры технологии продуктов питания
и организации ресторанного дела,
ФГБОУ ВО «ОГУ имени И.С. Тургенева»*

Аннотация. Статья посвящена изучению инновационных решений в сфере гостеприимства, которые позволят повысить уровень и качество обслуживания в гостиницах.

Ключевые слова: инновации, гостиничные услуги, концепция, качество обслуживания.

Введение. Современные технологии на сегодняшний день проникли практически во все сферы бизнеса. С каждым днем в мире увеличивается количество инноваций. Они не только развиваются достаточно интенсивно, но и быстро устаревают. Такое положение вещей оказывает серьёзное влияние и на индустрию туризма и гостеприимства.

Методы и организация исследования. В ходе работы был проведён анализ некоторых концептуальных новинок и тенденций, которые позволят отелю или ресторану оставаться современным, тем самым создавая конкурентные преимущества.

Результаты и их обсуждение. Одна из важных тенденций – это изменение дизайна интерьера предприятий гостеприимства. На смену роскоши приходит аскетизм и элегантная простота. Современная молодежь, которая в скором будущем станет основным потребителем гостинично-ресторанных услуг, приветствует демократичный стиль и минимализм. Дорогие элементы декора помещений уже не привлекают внимание посетителей, вместо них актуально размещать кофейные автоматы, столики с приставками и настольными играми. Сегодняшние заведения должны стремиться дать гостю возможность расположиться там, где он хочет, взаимодействовать с окружающими объектами. Это позволит клиентам потреблять пищу, читать, играть и работать одновременно, в удобном режиме и месте. Такое оформление отелей и ресторанов создает домашнюю, уютную и свободную атмосферу, что как никогда ценится в современном обществе.

Отпадает необходимость в классическом выделении зон ресепшен, лобби, ресторана, бара и т.д. Наоборот, набирает популярность концепция открытого лобби, в котором все зоны перемешаны и не имеют четких границ. При этом лобби – не одно открытое пространство, оно разделено мебелью и различными типами освещения. Основная идея – свобода перемещений.

Данная реновация активно применяется в широко известной сети гостиниц HolidayInn. По данным исследований, после внедрения вышеуказанных изменений, позитивное восприятие бренда выросло на 28-52 %, а также значительно увеличилась продолжительность пребывания гостей в общественных зонах, что повлекло за собой рост всех показателей по выручке. Открытое лобби теперь стало стандартом для отелей Holiday Inn, который к 2020 году должны внедрить все гостиницы данной сети.

Следующая тенденция – повышение скорости и качества обслуживания гостей. Это относится к стойкам приема и размещения. Встреча клиентов за высоким разделяющим ресепшном уже изжила себя. Имеет смысл заменить одну громоздкую стойку регистрации на несколько менее габаритных, использовать терминалы онлайн-регистрации. Актуальна идея совмещения стойки с чем-то еще, например, с баром (такая идея используется в отелях сети Моху (Marriott International). Интересным и полезным нововведением могут стать роботы-батлеры или роботизированные консьержи, запрограммированные на выполнение

определенных функций. Их преимущество, прежде всего, в мультиязычности. Кроме того, в такого робота можно загрузить большой набор задач - от приветствия гостей до бронирования авиабилетов и столиков в ресторане. Данная технология еще не получила широкого распространения и используется только в высокотехнологичных и футуристичных отелях, как например, Aloft в городе Купертино (США), где робот A.L.O. Botlr помогает настоящим живым консьержам и может выполнить почти все разумные пожелания гостей. Считается, что использование робота способно решить до 150 рутинных вопросов ежедневно.

Ещё одна тенденция – отели под запрос. Возможность трансформировать свое пространство согласно предпочтениям клиентов, по оценкам футурологов, станет доступна индустрии отдыха и размещения примерно через двадцать лет. В современном обществе, где каждый стремится заявить о себе и своей уникальности, отели, в номерах которых можно изменить дизайн, цвета и освещение по себя, не оставляют места для сомнений в своей рентабельности.

Подобная тенденция намечается и в ресторанном бизнесе. Индивидуальные блюда, приготовленные для каждого гостя в отдельности, с учетом его предпочтений, диеты и состояния здоровья обязательно привлекут внимание гостей и быстро обеспечат увеличение количества постоянных клиентов.

Важным направлением развития последних лет практически во всех сферах бизнеса является экологизация. Переход на «чистую» энергию, использование нетоксичных механизмов и продуктов с нулевыми выбросами совсем скоро станут обязательными условиями успешного функционирования отеля или ресторана. В подавляющем большинстве люди неравнодушны к проблемам экологии и, как следствие, готовы платить больше за «зеленые» товары и услуги.

Предприятиям, которые отличаются бережным отношением к природе присваивают своеобразные «знаки экологического качества» - эко-лейблы. Наличие такого знака отличия существенно повышает престиж и конкурентоспособность отеля. Однако для того, чтобы получить его, необходимо пройти сложную процедуру сертификации, доказывающую соответствие указанным критериям. На сегодняшний день, самой известной системой сертификации является принятый Международной ассоциацией по стандартизации (ISO) в 1991 году стандарт управления природопользованием ISO 14001 (EMS). В дополнение к нему в ряде стран существуют собственные стандарты. Не менее авторитетными являются системы сертификации отелей – английская Green Globe, канадская HAC Green Leaf, датская Green Key, немецкая Touristik Union International и другие, отличающиеся от ISO 14001 более мягким комплексом требований. В России в 2010 году стартовала собственная международная добровольная программа сертификации предприятий гостеприимства «зеленый ключ».

Заключение. Можно привести еще целый ряд новейших тенденций в развитии гостинично-ресторанного бизнеса: от совершенствования room-сервиса до использования нейротехнологий и биометрических данных. Однако ключевыми из них, согласно последним исследованиям, являются изменения в сторону индивидуализации, функциональности и избавления от старых форм и приемов. Именно эти тенденции позволят привлечь внимание нового поколения и поддержать его спрос на услуги.

Литература

1. Артемова, Е.Н. Введение в гостеприимство и туризм: учебное пособие / Е.Н. Артемова, В.А. Козлова. - Орел: ОрелГТУ, 2003. -100 с.
2. Артемова, Е.Н. Организация туризма на внутреннем и международном рынках / Е.Н. Артёмова, В.А. Козлова, Н.В. Глебова. - Орел: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Государственный университет - учебно-научно-производственный комплекс», 2007. - 93 с.

3. Логвинова А.Е. Международные конференции по регулированию туризма / А.Е. Логвинова, В.А. Козлова / Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма: Материалы первой научной студенческой конференции. – Орёл: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Государственный университет - учебно-научно-производственный комплекс», 2013. – С. 69 -73

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МУЗЕЙНЫХ ДЕСТИНАЦИЙ

И.С. Королева,

кандидат географических наук,

доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»

Аннотация. В статье проведен ретроспективный анализ понятия музейная дестинация, приводятся основные характеристики, оказывающие влияние на формирование привлекательного образа дестинации. Охарактеризованы типы музейных дестинаций по типологическому и таксономическому признакам, по целенаправленности ее формирования, планировочной организации объектов, степени осведомленности туристов. В работе рассматривается один из проблемных вопросов туризма – конкурентоспособность локальной дестинации. В целях повышения своей конкурентоспособности музейные дестинации вступают в борьбу друг с другом за общественные и финансовые инвестиции, капитал, квалифицированную рабочую силу и качественную окружающую среду. Одним из приоритетных направлений повышения конкурентоспособности музейных дестинаций современной России является включение их в туристическую деятельность. Основными направлениями формирования и реализации новых возможностей являются: использование инновационных технологий, разработка и проведение на их базе событийных мероприятий, расширение музейных площадей, наличие объектов туристической инфраструктуры. В работе проанализирован российский и зарубежный опыт использования инновационных технологий.

Ключевые слова: музей, музейные дестинации, идентичные и аутентичные туристические ресурсы.

Введение. В современном мире музеи являются вторыми по популярности достопримечательностями после памятников истории и культуры удовлетворяющими потребности туристов познавательной направленности. Это подтверждают опросы, проведенные во Франции, Великобритании и США [14]. В XIX веке в обществе появилось осознание того, что музей является наилучшей формой сохранения культурного наследия человечества. В результате стали появляться музеи различного профиля (вторая половина XIX века). В XXI веке произошло переосмысление роли музеев для общества и государства. В результате слияния образования, познания, развлечения и приятного сервиса появились музейные туристические продукты, а конкурирование с другими учреждениями культуры способствовало формированию музейных дестинаций и созданию самостоятельного туристического продукта. В настоящее время часть музейных дестинаций предлагает весь спектр туристических услуг: проживание, питание, экскурсионное обслуживание и другие.

Методы и организация исследования. Цель исследования – оценить современное состояние и перспективы развития музейных дестинаций.

Задачи исследования:

1. рассмотреть сущность понятия музейная дестинация и их типы,
2. изучить факторы конкурентоспособности музейных дестинаций,
3. проанализировать конкурентные преимущества российских музейных дестинаций,

4. выявить перспективы развития.

В настоящее время в отечественных словарных изданиях и теоретических изысканиях не разработано понятие музейная дестинация. Ю.В. Клюев под музейной дестинацией понимает территорию музея, обладающую высокоразвитой транспортной системой, местами размещения, питания, развлечений и уникальными туристскими ресурсами и достопримечательностями, привлекающих туристов посредством информационно-коммуникационных систем [5]. Музейная дестинация – это территория, обладающая своими специфическими рекреационными ресурсами, культурным и природным наследием с музеем в качестве содержательной, смысловой, аттрактивной доминанты и развитой туристической инфраструктурой [4]. Музейные дестинации представляют собой композиционные элементы различной иерархии ТРС. В связи с этим можно по таксономическому признаку их подразделять на музей, музейные комплексы, музейные агломерации и музейные регионы.

Результаты и их обсуждение. В настоящее время согласно данным Министерства культуры Российской Федерации и АИС «Единого информационного пространства в сфере культуры» в стране осуществляют свою деятельность 3929 музеев и галерей, из них 2742 музеев и филиалов (рис. 1) [3]. Введенье Министерства культуры РФ находится 64 музея, при которых функционирует 32 филиала.

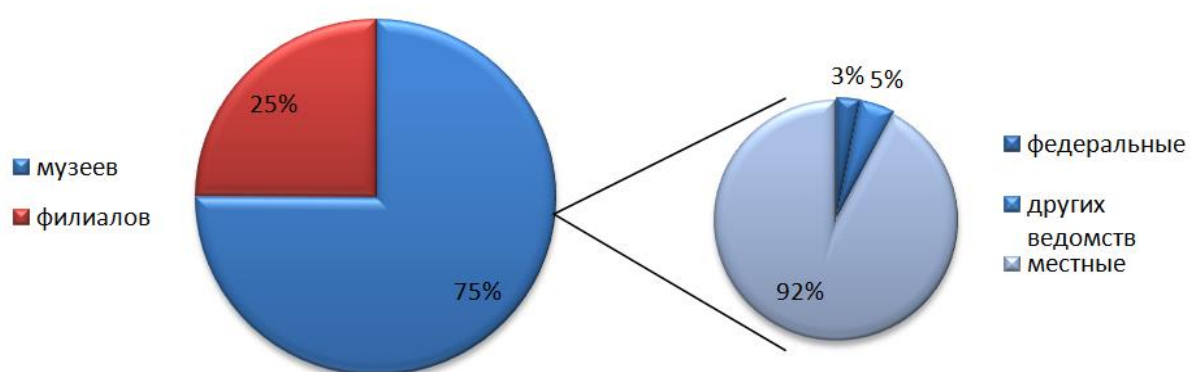


Рис. 1. Музейный фонд РФ в 2017 году

В тоже время, музейные дестинации одного таксономического ранга различаются между собой по типологическим признакам. В связи с вышеизложенным, целесообразно проводить типизацию музейных дестинаций: по специализации музейных комплексов, планировочной организации территории застройки, степени осведомленности. Выделяют следующие типы музейных дестинаций по специализации: комплексные, специализированные, естественнонаучные, промышленные, сельскохозяйственные, исторические и другие. Последние подразделяются на общеисторические, военно-исторические, историко-бытовые, археологические, этнографические, нумизматические, историко-революционные музеи, музеи-корабли, музеи истории религии и другие. Согласно данным Министерства культуры Российской Федерации в стране осуществляют свою работу 52% музеев и их филиалов краеведческой направленности, 19% - исторической направленности, 12% - искусствоведческой и 9% - комплексных (рис. 2) [12].

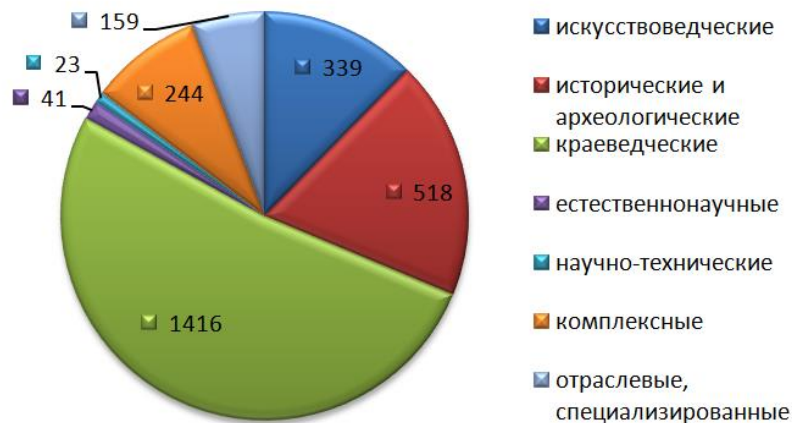


Рис. 2. Типизация музеев и их филиалов по специализации

По планировочной организации территории застройки, в Российской Федерации, музейные дестинации бывают 4 видов: концентрические, рассредоточенные, линейные (коридорные), смешанные. Для музейной дестинации «Прохоровское поле» характерна смешанная планировочная организация территории, поскольку 60% музеев и объектов инфраструктуры расположены компактно вдоль транспортной оси ТРС, другие же 40% объектов, находятся на значительном удалении от центра дестинации.

По степени осведомленности можно выделить музейные дестинации: ассоциативные, общей и частичной осведомленности, неизвестные. Степень осведомленности потребителей туристского продукта определяется путем опроса или данными посещения. Поскольку в контексте клиенто-ориентированного подхода на первый план выходит привлекательность территории для туристов, обусловленная наличием идентичных и аутентичных туристских ресурсов и определенного набора услуг, необходимых для принятия туристов, которые и определяют набор элементов присущих каждой музейной дестинации и ее популярность среди туристов [6].

В 2017 году самыми привлекательными музейными комплексами в РФ являются Государственный музей заповедник «Петергоф», Государственный Эрмитаж, Государственный музей заповедник «Царское Село» [3]. Как видно из рисунка 3 наиболее посещаемая Санкт-Петербургская рекреационная агломерация полифункционального назначения (музейная и туристская). Согласно опросам для нее характерна ассоциативная степень осведомленности, как для жителей страны, так и иностранных туристов. В мире ассоциативная осведомленность о Санкт-Петербургской музейной агломерации связана с Эрмитажем. Согласно данным издания The Art Newspaper составившим международный рейтинг посещаемости музеев мира за 2016 год Эрмитаж посетили больше 4 тыс. человек и он продолжает сохранять позиции 2015 года (рис. 4). Музей московского Кремля по данным издания занимает лишь двадцать первую позицию в международном рейтинге. Согласно данным специалистов сайта о путешествиях [TripAdvisor](https://www.tripadvisor.ru) Эрмитаж теряет свои позиции в мире и сейчас он занимает лишь 15 позицию/

Санкт-Петербургская музейная агломерация сформировалась в границах Северо-Западного федерального округа. В ее составе можно выделить такие музейные комплексы, как ГМЗ «Гатчина», ГМЗ «Павловск», ГМЗ «Петергоф», ГМЗ «Царское Село», историко-культурный музей-заповедник «Петропавловская крепость», Государственный историко-архитектурный и природный музей-заповедник «Парк Монтепело» и другие.



Рис. 3. Самые посещаемые музеи Российской Федерации [3]

Рейтинг	Посещения, тыс. чел.	Музей	Место расположения
1	8 600,0	Лувр	Париж
2	6 820,7	Британский музей	Лондон
3	6 533,1	Метрополитен-музей	Нью-Йорк
4	6 002,3	Музеи Ватикана	Ватикан
5	5 908,3	Национальная галерея	Лондон
6	5 291,8	Музей Императорского дворца	Тайбэй
7	4 712,6	Тейт Модерн	Лондон
8	4 104,3	Национальная художественная галерея	Вашингтон
9	3 668,0	Государственный Эрмитаж	Санкт-Петербург
10	3 440,0	Музей Орсэ	Париж

Источник: theartnewspaper.ru

Рис. 4. Самые посещаемые музеи в мире в 2015 году [3]

Согласно данным статистики Северо-Западного федеральный округ находится на 1 месте по числу посетителей музеев в 2016 году. В Российской Федерации можно выделить несколько музейных дестинации регионального уровня, обладающих высоким потенциалом развития музейного туризма – это Северо-Западный, Центральный, Южный федеральные округа. Ключев Ю.В. отмечает, что высоким потенциалом для развития музейного туризма обладают Центральная, Северная, Западно-Сибирская и Восточно-Сибирская области [5].

Самыми посещаемыми являются музейные дестинации г. Севастополь (4980 человек на 1000 жителей), г. Санкт-Петербург (4871 человек), г. Москва (2217 человек), Новгородская (2111) и Псковская области (1803). Согласно данным статистики посещаемость музейной дестинации г. Севастополь возрасла в 2,5 раза по сравнению с 2014 годом, менее значительно растет посещение Московской и Санкт-Петербургской музейной агломераций, соответственно в 2,1 и 1,3 раза. За 15 лет посещение музеев в Российской Федерации выросло на 39%. [11]

Привлекательность музейных дестинаций обусловлено использованием инновационных технологий, расширением музейных площадей, наличием объектов туристической инфраструктуры, разработкой и проведением на их базе событийных мероприятий. В отечественных музеях используются такие инновационные технологии, как мультимедийные технологии (виртуальные экскурсии, зоны погружения) и технологии информационного направления (интерактивные дисплеи и столы, информационные киоски, интерактивные инсталляции «Песочница», интерактивные книги, видеопроекции, мобильные приложения, виртуальные конструкторы и другие). Виртуальные конструкторы позволяют создавать пользователем пейзажи и натюрморты с помощью заранее подготовленных элементов картины. Самыми интерактивными музеями России являются Еврейский музей и центр толерантности и Музей занимательных наук

«Экспериментариум» (г. Москва), «Лунариум» (Московский планетарий) и «ЛабиринтУм» (г. Санкт-Петербург) [7, 6].

Оценивая сложившуюся ситуацию в музейной отрасли можно выделить передовиков и аутсайдеров внедрения инновационных технологий в музейное пространство. Это в первую очередь обусловлено корректностью внедрения оборудования. Так ведущие музеи России используют во всех сферах деятельности музея (научной, издательской, выставочной, реставрационной, экспозиционной) технологий информационного направления. Технологии iBeacon и QR-коды используются Русским музеем, музеем-заповедником «Петергоф», музеем-панорамой «Бородинская битва» и других региональных музеях. В 2016 году на выставке высоких технологий «SMIT» впервые была применена технология RFID. Государственный музей изобразительного искусства им. Пушкина использует технологию Light ID, которая наилучшим образом подходит для музеев искусствоведческой направленности, поскольку не создает визуальную дисгармонию в экспозиции. Технологию AR (augmented reality, дополненная реальность) использует Астраханский музей-заповедник. Аудиоинсталляции, видеомэппинг, голографические витрины и другие инсталляций, технологии виртуальной и дополненной реальности позволяют смоделировать природные процессы или явления и обеспечивают погружение туристов в определённую эпоху/тему.

3 музеях РФ созданы виртуальные экскурсии обеспечивают интерактивное взаимодействие с экспонатами в онлайн-пространстве – Государственный музей изобразительных искусств имени А.С. Пушкина, Русский музей и Государственная Третьяковская галерея. Это вполне объяснимо, поскольку согласно данным Министерства культуры Российской Федерации 88,6% музеев имеет доступ в интернет, 80,4% - имеют собственный Интернет-сайт (Интернет-страницу), из них лишь 38% - сайтов могут использоваться слепыми или слабовидящими. В тоже время автоматизированная технология обработки поступлений и ведения электронного каталога музейных предметов имеется у 49,5% российских музеев, организации и учета доступа посетителей у 10,4%, хотя 23,7% музеев, предоставляют доступ в Интернет для посетителей.

Мобильные приложения созданы для государственного музея имени А.С. Пушкина, музея Московского кремля (оружейная палата), Еврейский музей и музей толерантности, музей антропологии и этнографии имени Петра Великого, Кирилло-Белозерский музей-заповедник, музей русского импрессионизма, музею Космонавтики, дому-музею С.П. Королева.

Среди основных ошибок технологической модернизации музея можно выделить некорректность наполнения контента не учитывающего особенности групп посетителей, приобретение разрозненного оборудования, отсутствие системы управления.

В настоящее время в ведении музеев находится 465165,76 га, из них 1863293,3 м² отведено под экспозиционно-выставочные цели. Расширение музейных площадей в России осуществляется в следующих формах: внутренняя перепланировка, пристройка к зданию и открытие филиала. Использование инновационных материалов и компактных методов позволяет увеличить емкость фондохранилища на 50 %.

Одним из показателей востребованности музеев стало увеличение на 31,2% количества передвижных выставочных проектов на территории субъектов Российской Федерации (реализовано в 2017 году — 676 выставок; в 2011 году — 515). Всего за 2013–2017 годы федеральными музеями в малых и средних городах проведено 1165 выставок (2013 год — 58; 2014 год — 128; 2015 год — 366; 2017 год — 433), то есть за пять лет количество реализованных проектов выросло в 7,5 раза [3].

В настоящее время во многих регионах России проводятся различные событийные мероприятия, организованные на основе народных традиций, праздников, важных для региона исторических событий, в том числе и проводимых на территории музеев. Существенно выросло (в 3,3 раза) количество мероприятий ежегодной акции «Ночь музеев», соответственно увеличилось и число ее участников. Российские музеи провели

2324 мероприятия во всех регионах (для сравнения: в 2015 году — 700 в 70 субъектах). В Москве участниками акции стали более 450 тыс. человек, в Санкт-Петербурге — 81 тыс. человек, музеи Татарстана посетило около 70 тыс. человек. В большинстве регионов прошли всероссийские акции «Ночь искусств» и «Ночь истории» под девизом «Искусство объединяет». Программа включала выставки, концерты, лекции, мастер-классы, квесты, встречи с молодежными коллективами, писателями, художниками, актерами, архитекторами. XIX Международный фестиваль музеев «Интермузей-2017» представил около 350 музейных учреждений из России и из-за рубежа; состоялось 350 деловых мероприятий, которые за четыре дня работы посетили 42 тыс. человек, что более чем в 2,5 раза превысило уровень 2015 года (16 тыс. человек).

Заключение. Таким образом, музейные дестинации РФ активно развиваются и модернизируются. Во многом это обусловлено необходимостью повышения их конкурентоспособности как на российском, так и мировом туристском рынках. В настоящее время ведущие мировые музейные дестинации упускают ведущие позиции, в том числе и Эрмитаж поскольку не учитывают потребности общества и теряют имеющиеся у них конкурентные преимущества.

Литература

1. Биржаков М.Б. Правовое регулирование туристской деятельности. – СПб.: НП Изд. Невский Фонд», 2011. – 522 с.
2. Гончарова Н.А. Развитие туристической дестинации. – ольборг: ольборгский университет, 2010. – 152 с.
3. Государственный доклад о состоянии культуры РФ в 2017 году. – М.: 2018. – 84 с.
4. Именнова Л.С. Музейная дестинация в системе культурного туризма. Социокультурный анализ [Электронный ресурс]: монография/ Именнова Л.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российская международная академия туризма, Логос, 2011.— 228 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51875.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Клюев Ю.В. Особенности развития музейных дестинаций. Вестник КемГУКИ 30/2015, С. 106-112
6. Королева И.С., Глумова Я.Г. Музейная дестинация как элемент региональной туристско-рекреационной системы // Фундаментальные исследования. – 2018. – № 4. – С. 87-91; URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=42123> (дата обращения: 19.10.2018).
7. Морозов М.А. Моделирование туристических дестинаций / Современные проблемы сервиса и туризма. – Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/v/modelirovanie-turistskih-destinatsiy>
8. Морозов М.А. Туристические дестинации и закономерности их развития. - М.: 2005. - 155 с.
9. Павлова Э.Н. дестинация как концепт развития региональной системы непрерывного профессионального туристического образования: автореф. дис. ... д.пед.н. – М., 2010.
10. Рябуха А.Ю. Управление развитием местных сообществ на основе использования туристического пространства: автореф. дис. ... к.э.н. – Краснодар, 2006.
11. Регионы России. Социально-экономические показатели 2017: стат. Сб. /росстат. – М. 2017 – 1402 с.
12. Статистика культуры 2016. Ежегодное справочное издание о состоянии культуры РФ в цифрах. – М.: 2017. – 292 с.
13. EIU. (1993). The marketing for cultural tourism in Europe. EIU Travel & Tourism Analyst, 6, 30–46.
14. Pearce, Doug. Tourist Development. – Wiley, 1989. – 341 pp.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Г.Н. Лихошерстова,

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»

Н.Н. Алтухова,

директор бизнес-отеля «Континенталь»

Аннотация. В статье рассматриваются проблемные зоны в системе управления развитием спортивного туризма на территории Российской Федерации.

Основные формы и тенденции современного роста активизации перспективных точек роста спортивного туризма в целом ориентированы на коммерческий характер реализации локальных точек роста.

Ключевые слова: спортивный туризм, туристский маршрут, материально-техническая база спортивного туризма, массовые спортивные мероприятия.

Введение. На протяжении всего периода своего развития, спортивный туризм в России приобрёл социальную значимость, во-первых, как вид профессиональной спортивной деятельности, а во-вторых, как один из способов организации досуга/отдыха.

В настоящее время в развитии спортивного туризма принимают участие 66 субъектов Российской Федерации и более 4% населения страны.

На территории субъектов Российской Федерации функционируют региональные федерации спортивного туризма и отделения Туристско-спортивного союза России. Ведущими базами функционирования спортивного туризма являются любительские спортивные клубы учебных заведений и предприятий, спортивные секции образовательных учреждений дополнительного образования, отделения ДЮСШ, СДЮСШОР, ШВСМ, центры детско-юношеского туризма.

Успешному функционированию отечественной школы подготовки спортсменов мирового уровня, тренерских и судейских кадров, способствует созданная современная система организационно-методического руководства управлением развития профессиональной спортивной деятельности. Но следует отметить и тот факт, что наибольший пик популярности спортивного туризма приходился на период СССР. Так, начиная еще с 1949 года спортивный туризм вошел в Единую спортивную квалификацию, с последующим образованием и развитием спортивных федераций в большинстве республик СССР.

Существенный вклад в развитие спортивного туризма и подготовку высококвалифицированных кадров вносят спортивные организации из: г. Москвы и Новосибирской области, Республики Башкортостан и Красноярского Края, Ростовской области и Пермского края, Санкт-Петербурга и Приморского края, Нижегородской и Кемеровской обл. и ряд др. При этом, немалую роль в развитии спортивного туризма играют и ВУЗы, в которых при поддержке ректората образуются студенческие туристские клубы [3]. Ежегодно на территории Российской Федерации проводится более 50 спортивных мероприятий всероссийского уровня. Следует отметить выдающиеся достижения Российских спортсменов и на соревнованиях международного уровня, где спортсмены добиваются высоких результатов в преодолении маршрутов повышенной сложности, подтверждая тем самым имидж России, как великой спортивной державы.

Методы и организация исследования. В целом, в настоящее время, уровень состояния спортивного туризма в Российской Федерации можно охарактеризовать:

1) во-первых, как стабильное. Стабильное развитие наблюдается в субъектах Российской Федерации по таким основным видам спортивного туризма как: водный, пешеходный, горный, лыжный, велосипедный и автомобильный. Стоит отметить и

возрастные категории, предпочитающие занятие этими видами спортивного туризма: юниоры и юниорки (14-16 лет); юноши и девушки (14-15 лет). Но наибольшее предпочтение отводится пешеходным дисциплинам;

2) во-вторых, как рост уровня организации проводимых соревновательных мероприятий, что одновременно сопровождается и ростом числа именитых участников;

3) в-третьих, как повышение качества подготовки квалифицированных спортсменов и судей;

4) в-четвертых, как увеличение числа участников спортивного туризма из высших, средне-специальных и общеобразовательных учебных заведений большинства субъектов Российской Федерации;

5) в-пятых, как рост финансирования спортивного туризма из региональных и муниципальных бюджетов (наградная атрибутика в большинстве случаев финансируется исключительно из средств федерального бюджета);

6) в-шестых, как рост взаимодействия субъектов Российской Федерации и региональных органов исполнительной власти в области физической культуры и спорта.

Результаты и их обсуждение. Следует отметить и складывающуюся практику коммерческого спортивного туризма, которая, как представляется, имеет тенденцию наращивания и усиления роли в развитии спортивного движения. Так, значительное число коммерческих бизнес-единиц, реализуя себя в секторе спортивного туризма и экстремального туризма, проводимого на маршрутах III-V категории сложности (где необходимы подготовленные кадры для проведения соответствующих туров), способствуют продвижению и развитию данного сектора. Но при этом остается неразрешенным вопрос – вопрос безопасности, поскольку, представители бизнеса, зачастую полагая, что данный вид туризма может принести хорошие дивиденды, тем самым занимаются лишь извлечением сиюминутной выгоды. Кроме такой проблемы, проблемы безопасности, остается множество и других неразрешенных проблем, требующих быстрого и эффективного решения, и проблем, оказывающих непосредственное и существенное влияние на развитие спортивного/экстремального туризма в Российской Федерации. В качестве таких проблем следует выделить такие как:

– приостановка принятия Правил по базовой дисциплине вида спорта – группа дисциплин «маршрут»;

– задержка в присвоении разряда КМС и звания Мастер спорта в этой группе (снижает уровень личной замотивированной реакции спортсмена, как результат – слабое развитие вида спорта);

– отсутствие материально-технической базы в большинстве регионов развивающих спортивный туризм, (большинство спортивных клубов самостоятельно оплачивают аренду своих помещений. Региональные федерации не имеют средств, необходимых для оплаты аренды помещений клубов);

– недостаток специализированных учебно-тренировочных баз;

– недостаток финансирования для подготовки сборных команд Российской Федерации по спортивному туризму;

– отсутствие системы детско-юношеских спортивных школ, развивающих спортивный туризм;

– несовершенство единой системы подготовки спортсменов (слабая поэтапная многолетняя подготовка спортсменов в субъектах Российской Федерации);

– недостаток финансовой поддержки, направленной на переподготовку и повышение квалификации специалистов по спортивному туризму [1].

Заключение. Для решения показанных проблем, связанных с развитием спортивного туризма в Российской Федерации, необходимо принять ряд следующих мер, таких как:

- физическое, нравственное и патриотическое воспитания подрастающего поколения и молодежи, пропагандирующих занятия спортом/спортивным туризмом;
- усиление внимания к развитию спортивного туризма и эффективному разрешению возникающих проблем (например, развитие детско-юношеского спорта);
- обновление системы подготовки высококвалифицированных специалистов по спортивному туризму;
- формирование современной научно-методической базы международного уровня;
- рост привлечения средств из бюджетов разных уровней, а также из внебюджетных источников – коммерческих источников финансирования;
- рост проведения спортивно-массовых и зрелищных мероприятий, направленных на популяризацию спортивного туризма;
- круглогодичная и своевременная корректировка программных мероприятий, на базе сложившихся текущих результатов;
- усиление контроля над процессом выполнения программных мероприятий;
- разработка научно-методической базы и активное её внедрение в учебно-тренировочный процесс для успешного функционирования спортивного туризма [2].

Таким образом, для дальнейшего развития и популяризации развития спортивного туризма, привлечения подрастающего поколения к регулярным занятиям физической культурой и спортом/спортивным туризмом, необходимо сформировать и создать дополнительно условия для массового развития спорта и укрепления позиций российских спортсменов на международном уровне.

Литература

1. Алексеев, А.А. Спортивный туризм в России проблемы развития: учебное пособие/А.А. Алексеев – СПб.: Невский Фонд, 2016. – 82 с.
2. Биржаков, М. Б. Менеджмент спортивного туризма: учебное пособие/М.Б. Биржаков – СПб.: Издательский дом Герда, 2015. – 208 с.
3. Федерация спортивного туризма России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.tssr.ru>

СТРУКТУРА ВЗАИМОСВЯЗАННЫХ ЭЛЕМЕНТОВ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ РЫНКА ТУРУСЛУГ

А.А. Негода,
*старший преподаватель
кафедры туризма и гостиничного хозяйства,
ГОУ ВПО «ЛНУ им. В.Даля», г. Луганск*

Туристический рынок представляет собой открытую систему, состоящую из множества элементов, каждый из которых занимает определенный удельный вес в общем объеме туристического рынка; их расположение, порядок и внутреннее строение представляет собой определенную структуру туристического рынка.

Экономика любого рынка, в том числе и рынка туризма, определяется спросом и предложением. Углубленное познание рынка туристических услуг начинается с базового понятия «туристический спрос», которое наряду с категорией «туристическое предложение» имеет основополагающее значение для понимания отдельных проблем туризма, как экономической системы, так и механизма его функционирования в целом.

Теория спроса опирается на экономическую модель поведения потребителя, которая объясняет, как люди делают свой выбор в пользу тех или иных товаров и услуг и влияет на их выбор. Спрос на туристический продукт - это количество турпродукта, которое туристы готовы и в состоянии купить по некоторой из возможных цен в определенный период

времени. Спрос на туристический продукт отображает уровень экономического и социального развития страны.

Основные сферы деятельности предприятия взаимосвязаны друг с другом и зависят от факторов макро- и микросреды. Макро- и микросреда предприятия представляет собой совокупность факторов, которые активно влияют на состояние и перспективы предприятия, на эффективность его деятельности.

Микросреда предприятия представлена теми факторами, с которыми туристическое предприятие находится в непосредственном взаимодействии. Важно отметить, что предприятие может оказывать существенное влияние на характер и содержание этого взаимодействия. Таким образом предприятие активно участвует в формировании дополнительных возможностей и предотвращении появления угроз ее дальнейшему существованию.

Исследование трудов таких ученых, как Дюйль П., Джоббер Д., Завьялов П.С. и Маркова В.Д. [1; 2; 3; 4], которые посвятили свои работы проблемами микросреды, позволило выявить следующие факторы влияния микросреды: конкуренты, потребители, контактные аудитории.

Изучение такой важной составляющей микросреды туристического предприятия, как потребители, позволяет лучше понять, какие услуги в большей степени будут ими приниматься, на какой объем продаж можно рассчитывать, насколько можно увеличить круг потенциальных клиентов. На данный момент влияние потребителей на рынке туристических услуг очень высок, что в свою очередь, связано с падением покупательной способности.

Практически ни одно предприятие не в состоянии самостоятельно организовать тур, обеспечить потребителей всем необходимым: транспортными средствами, жильем, питанием и тому подобное. Для этого нужно при формировании комплексного туристического продукта прибегать к услугам сторонних предприятий, которые могут обеспечить те звенья, которых не хватает в комплексном обслуживании, а именно: средства размещения, транспортные компании; предприятия общественного питания; экскурсионные бюро и другие предприятия, которые предоставляют услуги сопровождения и информационного обеспечения туристов.

Такие факторы микросреды, как контактные аудитории также имеют существенное влияние на деятельность туристических предприятий. К ним относятся: финансовые учреждения (банки, инвестиционные фонды, страховые компании и другие финансово-кредитные учреждения); средства массовой информации (пресса, радио, видение) общественность; персонал предприятия.

Факторы макроэкономической среды создают условия, в которых находится и действует предприятие. Макросреда не носит какого-то специфического характера по отношению к отдельно взятому предприятию. Однако влияние макросреды испытывает на себе каждое предприятие.

Проблемы исследования макросреды туристического предприятия всесторонне освещены в работах известных зарубежных и отечественных ученых, а именно: Котлер Ф. [5], Дурович А.П. [6], Запесоцкий А.С. [7], Любицева А.А. [8], Янкевич В.С. [9] и другие. Однако отсутствие в научной литературе единого подхода к определению и систематизации количественных показателей макросреды, методов оценки их влияния на конечные результаты деятельности туристических предприятий обуславливают проблемы разработки эффективной маркетинговой стратегии [10].

Если макросреда представлена силами широкого социального плана, которые влияют на него, такими, как факторы демографического, экономического, природного, технического, политического и культурного характера, то микросреда представлена силами, имеющими непосредственное отношение к самому предприятию и его возможностям по обслуживанию потребителей, конкурентов и контактных аудиторий. Изучение ряда работ таких ученых, как Котлер Ф., Завьялов П.С., Пономаренко В.С.,

Маркова В.Д. [11; 3; 4], которые занимались исследованиями влияния макросреды на деятельность предприятий, позволило выделить основные его факторы: 1. Политико-правовые (правительственная стабильность, законодательство); 2. Экономические («динамика ВВП, уровень инфляции, проценты по банковским кредитам, внешнеэкономическое сальдо») 3. Социальные (демографическая ситуация, уровень безработицы, уровень доходов населения, миграционные движения).

Предприятие не может влиять на факторы макросреды и поэтому для эффективного функционирования на рынке должно приспосабливаться к этим факторам, постоянно следить за изменениями, прогнозировать и своевременно реагировать на них.

Экономика и туризм тесно взаимодействуют. Влияние экономики на туризм можно представить двумя группами факторов. К первой группе относятся факторы положительного влияния, такие как: рост реального дохода, равномерное распределение дохода; стабильное положение валюты и т.д., ко второй группе факторов относятся факторы негативного воздействия на туризм, такие как: экономические кризисные явления; спад промышленности, который влечет за собой рост безработицы, миграционные движения, сокращение размеров заработной платы; нестабильная ситуация с валютой, инфляция и тому подобное.

Экономические факторы подвержены динамичности, так как постоянно меняются и требуют повышенного внимания к себе.

Таким образом, туристическое предприятие действует на рынке под влиянием различных факторов, которые образуют среду предприятия.

На современном этапе среду, в которой функционируют отечественные туристические предприятия, характеризуется высоким уровнем динамизма, нестабильности и неопределенности. В таких условиях важной стратегической задачей для эффективного функционирования туристических предприятий является нормирование и разработка целостной маркетинговой стратегии, которая позволяет своевременно адаптировать их деятельность к меняющимся условиям. К сожалению, современные руководители и менеджеры туристических компаний не уделяют значительное внимание всестороннему изучению и анализу факторов макросреды. Определение совокупного влияния факторов макросреды, применение комплексного и системного подхода к их количественной оценке обуславливает формирование научно обоснованной маркетинговой стратегии туристического предприятия.

Контур II - управляющая система стратегического маркетингового управления, которая предусматривает выбор инструментов маркетинга, использование которых позволит принять такие альтернативные решения, которые сведут к минимуму негативное влияние изменений внешней среды предприятия и сделают внутреннюю среду предприятия более благосклонной к новым предпочтениям потребителей, ориентируют систему обслуживания клиентов на новые вкусы и предпочтения. Поведение и действия управляющей системы стратегического маркетингового управления полностью соответствует концепции маркетинга взаимоотношений между предприятием и потребителем.

Под входом в подразумеваются связи системы со средой, которые влияют на нее. А выходом из системы - являются связи системы со средой, направленных от системы в среду.

Предполагается, что такая система управления стратегической маркетинговой деятельностью вполне соответствует предпринимательскому поведению, то есть: отношению к предполагаемым и непредсказуемым изменениям в среде, которые фиксируются информационной системой, и проблемы, которые при этом создаются таким образом, что ведется постоянный поиск эффективных альтернативных решений, которые постоянно изменяют состояние предприятия в сторону положительных изменений в его финансовом положении. Качество стратегического маркетингового управления меняется под влиянием поиска возможностей получения прибыли, противодействие

предполагаемому негативному влиянию изменений макросреды через изменения оперативного поведения предприятия с конкурентами, поставщиками, потребителями.

Системный подход позволяет гибко и своевременно реагировать на изменения всех структурных элементов системы и среды.

Целостность системы обуславливает ее структура - совокупность элементов и связей, которые определяют внутреннее строение и организацию целостной системы. При моделировании системы обычно используют только те связи и элементы системы, которые позволяют достичь указанной цели.

Под структурой системы принято понимать деление ее на группы элементов с указанием связей между ними.

В системных исследованиях под структурой подразумевается графическое отображение взаимных отношений элементов целостного объекта.

Структура учитывает взаимное расположение и связь составляющих частей (элементов) целостного образования, определяются функциями и целями системы.

Для того, чтобы представить некоторый объект исследования в виде системы, его необходимо разделить на части (элементы) и определить взаимодействия их частей между собой. Следующим шагом должен стать переход к изучению структуры и поиска закономерностей отношений между элементами системы. Структура отражает взаимосвязь составных частей системы. Структурирование системы направлено на то, чтобы организовать структуру, упорядочить ее связи элементы. Структура помогает учитывать взаимное расположение связей элементов целостного образования, которые определяются целями системы.

Структурирование систем - это универсальное средство, которое помогает снизить уровень неопределенности рыночной среды.

Структура взаимосвязанных элементов системы стратегического маркетингового управления предприятий рынка туристических услуг представлены на рис. 1.

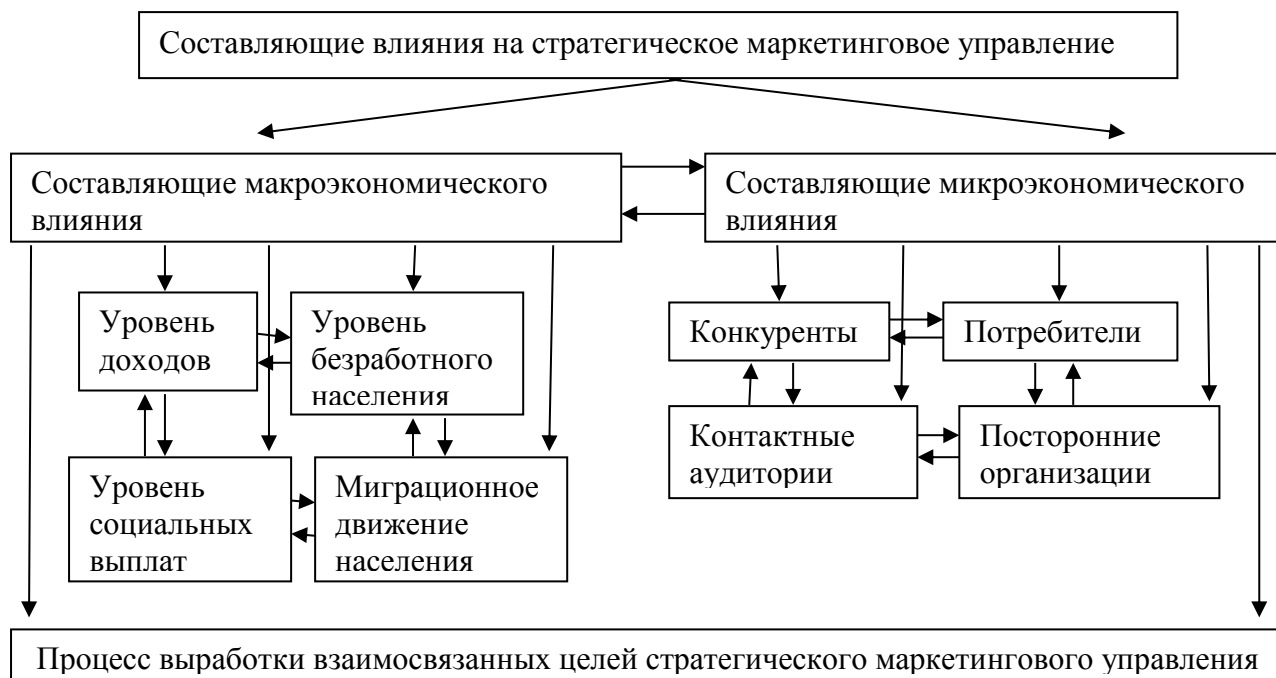


Рис.1. Структура взаимосвязанных элементов системы маркетингового управления предприятиями рынка туруслуг

Выявление проблем в формировании информационной системы стратегического маркетингового управления играет значительную роль, потому что информационное обеспечение при формировании целей стратегического маркетингового управления

способно как уменьшить, так и увеличить влияние уровня неопределенности рыночной среды на деятельность предприятия.

Приведенная структура показывает взаимосвязь элементов системы стратегического маркетингового управления. Также можно проследить влияние каждого из элементов друг на друга и на всю систему в целом.

Рис. 1. подтверждает, что на деятельность предприятия оказывают влияние различные факторы - элементы системы. Также хорошо прослеживается их взаимосвязь между собой. Для того, чтобы система управления действовала взаимосогласованно, необходимо проанализировать динамику изменений этих элементов и выявить, как они могут повлиять на механизм реализации и мотивации стратегических маркетинговых целей управляющей системы маркетингового управления.

Система стратегического маркетингового управления направлена на достижение стратегических целей предприятия, а именно: совершенствование системы стратегического управления предприятием путем выявления и минимизации влияния анализа, контроля, информационного обеспечения процесса стратегического маркетингового управления предприятием с целью повышения эффективности их использования и их совершенствования; прогнозирования дальнейшего развития ситуации, неопределенности рыночной среды; совершенствование методик планирования.

К преимуществам, которые дает внедрение системного подхода в стратегическое маркетинговое управление предприятием, относится повышение адаптивности предприятия к неопределенности макроэкономической, микроэкономической и внутренней среде туристического предприятия, сокращение процесса стратегического управления, повышение информированности предприятия об имеющихся сильных сторонах и возможностях, слабых сторонах и угрозах предприятия, обеспечение конкурентных преимуществ предприятия. Процесс становления системы стратегического маркетингового управления туристического предприятия должен осуществляться поэтапно: I этап - установление взаимосвязанных целей предприятия; II этап - отбор критериев для анализа наиболее удачных показателей измерения состояния макроэкономической, микроэкономической и внутренней среды предприятия; III этап - выявление методов достижения целей предприятия; IV - подбор инструментов стратегического маркетингового управления; V - принятие оптимального решения относительно выбора маркетинговой стратегии развития туристического предприятия.

Критерии достижения цели представляют собой инструменты оценки предлагаемых решений. Проведение маркетинговых исследований необходимо в том случае, когда разные результаты исследований ведут к различным маркетинговым действиям.

Методами являются подходы, которые можно использовать для решения проблем. В данной работе методологическую основу стратегических маркетинговых исследований составляют комплексный подход, системный анализ, программно-целевое маркетинговое планирование. Также, для проведения маркетинговых исследований туристического рынка были использованы следующие методы: ABC XYZ - анализ; SWOT-анализ; корреляционно-регрессионный анализ; индексный анализ; графический анализ; многоуровневое сегментирование; позиционирование субъектов-участников туристического рынка; анкетирование потребителей; метод экспертных оценок.

Итак, обобщая вышеизложенное, следует отметить, что существует непосредственная связь между системным подходом к стратегическому маркетинговому управлению предприятием и процессом разработки стратегии.

Литература

1. Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга [Текст]: / Д. Джоббер, пер. с англ. В. Егорова – СПб: Питер, 2001.-496с.
2. Дьюль П. Менеджмент: стратегия и тактика [Текст]: П. Дьюль; пер. С англ. К.Таран. - СПб: «Питер», 1999.-560с.

3. Зайцева О.И. Стратегическое управление маркетинговой деятельности п/п в условиях рыночной самоорганизации [Текст]: / О.И. Зайцева // Экономика Крыма, 2012. – №1(38).- с. 297-299.
4. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент [Текст]: / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. – М.: ИНФА – М. 1999. – 288с.
5. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм [Текст]: учебник для ВУЗов / Ф. Котлер. – М.: ЮНИТИ, 2003. – 1063с.
6. Дурович А. П. Маркетинг в туризме [Текст]: учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск: Новое знание, 2003. – 496с.
7. Запесоцкий А.С. Стратегический маркетинг в туризме. Теория и практика. [Текст]: / А. С. Запесоцкий. – СПб: СПбГуп,-2003.352с.
8. Любичева А.А. Рынок туристских услуг[Текст]: / А.А. Любичева. – К.: Альтпрес, 2002.-436с.
9. Янкевич В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: Международный опыт [Текст]: / В.С. Янкевич. – М.: Финансы.2003.-415с.
10. Полякова О.Ю. Модель оценки влияния факторов макросреды на деятельность туристских предприятий [Текст]: / О.Ю. Полякова, Н.В. Куликова // Бизнес - Информ - №2 (2). -2009.-с. 84-88
11. Котлер Ф. Основы маркетинга [Текст]: /пер. с англ. О. Третьяк / Ф. Котлер. – М.: Спб. Издательский дом «Вильямс», 2000. – 944 с.

АКТИВНЫЙ И СЕМЕЙНЫЙ ОТДЫХ НА ПРИРОДЕ

Г.Е. Никифорова,

кандидат технических наук,

доцент кафедры «Экология и безопасность жизнедеятельности»

(«КнАГУ», г. Комсомольск-на-Амуре)

Аннотация: Данная статья рассказывает о нескольких интересных туристических местах, которые не совсем известны не только жителям России, но и Хабаровского края. Эти места не только могут быть интересны людям среднего возраста, но и всем другим возрастам в течение всего года.

Ключевые слова: туризм, база отдыха, «Шарголь», «Хрустальное озеро», жители, активный отдых, семейный отдых.

В данный период времени существует большое разнообразие видов туризма, но стоит отметить, что экологический и активный туризм набирает популярность. Одной из основных причин развития такого туризма является желание людей отвлечься от повседневности и будничного города. Хочется именно природы, которая окружает нас в достатке, если немного отъехать за пределы города.

Наш город Комсомольск-на-Амуре – город, неизвестный очень многим в нашей стране, имеет свои весьма красивые и доступные места как для приезжих туристов, так и для жителей нашего края.

В Комсомольске-на-Амуре и рядом с городом столько любопытных мест, что просмотреть все места в одной поездки не получится. Многие путешественники проделывают длинный путь, чтобы вновь оказаться в наших местах.

Мы постарались подобрать маршрут так, чтобы туристы увидели разнообразие дальневосточной природы. Все места не входят в топ достопримечательностей, тем и интереснее, поскольку стандартные маршруты проходят мимо них. В данной статье речь идет о двух местах, которые мы хотим вам предложить:

База отдыха «Шарголь»

База отдыха "Шарголь" находится в 30 км от Комсомольска-на-Амуре, в окружении лесов, у речной протоки, на пологом правом берегу реки Амур, около речки Шарголь.



Рис. 1. База отдыха «Шарголь»

Из существующего множества домов отдыха, зачастую бывает очень трудно найти то место, где желаемое и увиденное на картинке, размещенной на сайте или показанной менеджерами турагентства, совпадает с действительным. Дом отдыха «Шарголь» оправдает ваши ожидания [1].

Потрясающее места, разнообразие видов деятельности: прогулка, мини-гольф, настольные игры, кинозал, лаундж зона и красивые виды очень гармонично сочетаются друг с другом.

Летом предлагают: катание на водных лыжах, вейкбордах, банане, скоростном катере, весельных лодках, аквабайках, стрельба из лука, экстрим-путешествие на вершину горы с потрясающими видами, для маленьких посетителей - детский городок.



Рис. 2. Летом на базе отдыха «Шарголь»

Для любителей активного отдыха в одном километре от базы отдыха располагается горнолыжный комплекс «Альмир-Шарголь». Для любителей горнолыжного спорта

предусмотрены две трассы различной степени сложности. Одна - пологая и широкая прекрасно подходит для начинающих; другая – с более сложным рельефом, имеющая несколько трамплинов, предназначена для горнолыжников-профессионалов. Для любителей сноубординга - специально оборудованный спуск. Отдыхающие, предпочитающие беговые лыжи, могут воспользоваться отличными трассами, которые поддерживаются в прекрасном состоянии с помощью ратраков. Помимо горных лыж посетителям предлагают: спуск с горы на тюбингах-«ватрушках», катание на коньках, сафари на снегоходах, осмотр окружающих красот на параплане с высоты птичьего полета.



Рис. 3. Горнолыжный комплекс «Альмир-Шарголь»

Любители еды на свежем воздухе смогут воспользоваться специально оборудованными местами для приготовления шашлыка [2].

Хрустальное озеро

Озеро Хрустальное находится на середине пути от Комсомольска до Солнечного, на месте старого карьера. Доехать до него можно воспользовавшись услугами такси либо автостопом.



Рис.4. Хрустальное озеро

Для купания с детьми озеро — идеальное место: тут тихо и спокойно, отдыхающих немного, удобный пляж с плавным заходом в воду и чистым берегом, дно чистое и ровное, вода в сезон очень хорошо прогревается.

Озеро Хрустальное известно, как экологически благоприятное место. Одним из обитателей вод озера является рак, а он может проживать только в чистых пресноводных водоемах. Конечно в купальный сезон раков увидеть невозможно, но, если проплыть по дну с маской и фонарем — пару тройку можно поймать. Из рыбы здесь попадает щука, окунь, разная белая рыба, на мелководье много малька.



Рис.5. Хрустальное озеро зимой

Зимой вид не менее прекрасен. Поскольку доступность места предполагает не только летний отдых, Хрустальное озеро так же набирает популярность среди туристов с детьми, как и без них. В зимнее время года так же особой популярностью пользуется рыбалка. Окунь, щука, карп, толстолобик, сазан, белый амур – вот та рыба, которая водится в этом озере. База отдыха оснащена всем для комфорта: уютные домики, оборудование для рыбалки, лодки.

Так же есть возможность для активного отдыха. Тюнинги, катамараны, каток, беговые лыжи и многое другое предоставляет база, находящаяся рядом с этим местом.



Рис. 6. Активный отдых на Хрустальном озере

Для людей среднего возраста есть возможность прогулок возле озера. Зимой проходят разные биатлонные и лыжные старты.

Рассказав об этих местах, стоит отметить, что посещение определяется не временем года, а желанием туриста. Время прохождения маршрута может быть различно из-за увеличения нахождения туристов как на различных этапах маршрута (озеро Хрустальное), так и в разный период года.

Литература

1. Quadrocopter failsafe algorithm: Recovery after propeller [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ru.esosedi.org/RU/КНА/3579754/ozero_hrystalnoe/ (дата обращения 10.10.2018).
2. Распределение обязанностей в туристической группе [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://shargol.myl.ru> (дата обращения 09.10.2018).

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ АЛМАТИНСКОГО РЕГИОНА КАЗАХСТАНА

Р.В. Плохих,

*доктор географических наук, профессор,
профессор кафедры рекреационной географии и туризма, КазНУ им. аль-Фараби*

Г.О. Жангуттина,

*кандидат экономических наук, доцент,
декан факультета экономики и бизнеса, АТУ*

В.С. Крылова,

*кандидат географических наук,
старший научный сотрудник лаборатории ландшафтоведения и проблем
природопользования, ТОО «Институт географии»*

А.А. Жакупова,

*кандидат географических наук, доцент,
доцент кафедры рекреационной географии и туризма, КазНУ им. аль-Фараби*

Аннотация. Оценка социально-экономического потенциала территории – важная предпосылка для разработки плана развития туризма на региональном уровне. Поскольку для индустрии отдыха и туризма характерно развитие межотраслевого рекреационно-туристского комплекса (РТК), очень важная и сложная задача – не только оценить отдельные компоненты социально-экономического потенциала территории, но и выявить ареалы с разной плотностью социально-экономических характеристик. В статье на примере Алматинского региона Казахстана рассматривается методология исследования социально-экономического потенциала территории для развития РТК, которая позволяет создать пространственную (картографическую) модель. Интегральная оценка территории в виде карты – наглядная и удобная основа для разработки плана мероприятий по развитию туризма, мониторингу социально-экономических характеристик и управлению эффективностью использования ресурсов.

Ключевые слова: социально-экономический потенциал, развитие туризма, комплексный подход, технология оценки, картография, Алматинская область, Казахстан.

Введение. Проблема развития туризма как фактора диверсификации местной экономики делает очень важной оценку социально-экономического потенциала территории. Регионы очень отличаются по комплексу факторов развития, поэтому существует необходимость в идентификации конкурентных социально-экономических преимуществ. Они образуют показатели социально-экономического потенциала, которые можно изучить с использованием аналитических и типологических группировок, методов рейтинга, корреляции и регрессионного анализа. Понятие «туристская отрасль экономики» постепенно размывается. Для рыночной экономики характерно развитие не отдельных отраслей, а планирование развития межотраслевых рекреационно-туристских комплексов (РТК). Это связано с тем, что индустрия отдыха и туризма производит как предметы потребления (например, пищу, сувениры, специальные каталоги, карты и другое), так и услуги (например, размещение в гостинице, трансферты, экскурсии, развлечения и другое).

Одна из главных предпосылок для формирования и развития рекреационно-туристских комплексов на региональном уровне – достаточный социально-экономический потенциал. Понятие “социально-экономический потенциал туризма” можно отнести к мало изученным в теории и практике туризма, потому что отсутствует общепринятое определение и нет единого мнения о его составе. Исследователи приводят рекомендации для оценки отдельных видов социально-экономических ресурсов, а примеров технологии оценки потенциала в целом очень мало. Важное место в пространственном исследовании социально-экономического потенциала занимают комплексный и географический подходы, которые особенно полезны для анализа неоднородных и многофункциональных систем. Оценка социально-экономического потенциала территории необходима для планирования и разработки альтернативных вариантов развития туризма, разработки плана мероприятий, мониторинга социально-экономических последствий и управления эффективностью использования ресурсов территории.

Методы и организация исследования. В качестве источников исходной информации использованы статистические, фондовые, аналитические и картографические материалы. В исследовании использован комплексный подход к изучению социально-экономического потенциала территории для развития РТК как совокупности ресурсов и предприятий, обеспечивающих производство широкого спектра туристских продуктов. Из общенаучных методов использованы следующие: описательный, научной абстракции и восхождения от частного к общему, сравнительный, аналогий, анализа и синтеза, экстраполяция на всю территорию закономерностей, выявленных на модельных участках. Из частных методов использованы статистический анализ, компьютерные технологии обработки информации и получения количественных показателей для субъектов социально-экономической сферы, стандартизация и градация показателей.

Для оценки и картографирования социально-экономического потенциала территории для развития РТК использована система из 50 критериев (рисунки 1).

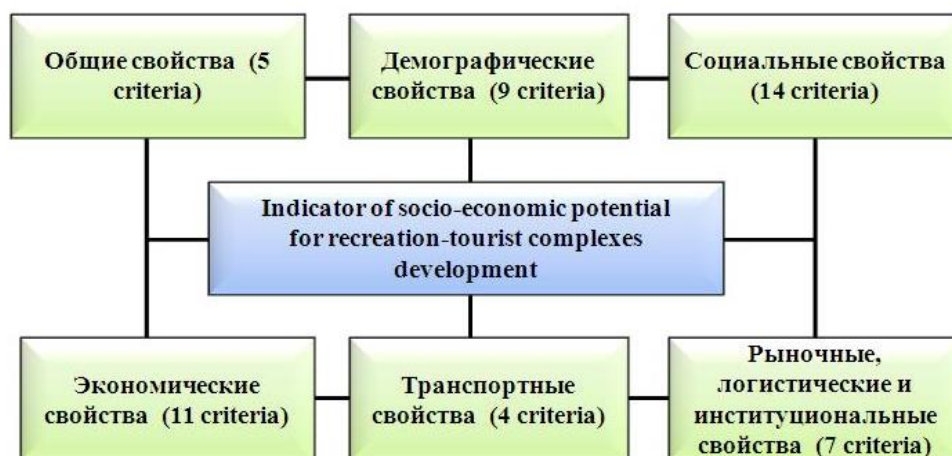


Рис. 1. Группы критериев оценки и картографирования социально-экономического потенциала Алматинского региона

Программный продукт ArcGIS 10 компании ESRI был применен для обработки исходных пространственных данных и создания карты социально-экономического потенциала Алматинского региона для развития рекреационно-туристского комплекса.

Результаты и их обсуждение. Исследование было проведено в Алматинском регионе, который находится в Юго-Восточном Казахстане. Алматинский регион имеет площадь 223,9 тыс. км² (8,2 % площади страны) и включает 19 административно-территориальных единиц, а также крупнейшую в республике агломерацию Алматы [1]. Топография территории очень сложная. На севере регион ограничен южным побережьем крупного внутриконтинентального озера Балкаш (площадь 16,9 км²). Северная часть

региона представлена слабонаклонной эоловой равниной Жетысу с отметками 300–500 м абс. выс. Южная и восточная части региона представлены предгорными и горными ландшафтами Иле Алатау (пик Талгар, 4973 м), Жетысу Алатау (гора Бесбакан, 4622 м), Кетмень или Узынкара (гора Небесная, 3652,8 м).

С юго-востока на северо-запад территорию пересекает долина реки Иле, в центральной части которой построено одно из крупнейших в Казахстане водохранилищ – Капшагай (площадь 1874 км², длина 80 км, ширина 40 км) [2]. Предгорья – наиболее комфортная по природным характеристикам, поэтому высоко урбанизированная территория. Общая численность населения Алматинского региона на 01.09.2015 года составляла 3 629 623 человек или 20,6 % всего населения Казахстана [3]. Развитие туризма в Алматинском регионе определено одним из главных долгосрочных приоритетов. Актуальность решения проблемы усиливает задача развития туристской инфраструктуры вблизи международного транспортного коридора “Западная Европа – Западный Китай”.

Рекреационно-туристский комплекс образуется в результате интеграции инфраструктуры разного назначения: санаторно-курортного, туристско-экскурсионного, спортивно-оздоровительного и другого. Системообразующие элементы РТК следующие: рекреационно-туристские ресурсы как фактор формирования и удовлетворения потребности в отдыхе и туризме; субъекты хозяйствования как поставщики товаров и услуг; туристы и рекреанты как потребители конечного продукта.

При картографировании социально-экономического потенциала Алматинского региона для развития РТК основной объект изучения – это целостные территориальные образования, оцененные по характеру благоприятности и перспективности для создания инфраструктуры отдыха и туризма. Чем ближе такие территории одна к другой, тем выше вероятность возникновения между ними разного вида связей – информационных, транспортно-коммуникационных, производственно-экономических и др. Показатель социально-экономического потенциала для развития рекреационно-туристских комплексов (СЭП_{РТК}) рассчитан по формуле (1):

$$СЭП_{РТК} = \frac{K_{i5} + 0,75K_{i4} + 0,50K_{i3} + 0,25K_{i2}}{K_{i5} + K_{i4} + K_{i3} + K_{i2} + K_{i1}}, \quad (1)$$

где K_{i1} , K_{i2} , K_{i3} , K_{i4} , K_{i5} – количество критериев, которые вошли в группы с оценкой в один балл, два балла, три балла, четыре балла и пять баллов. В таблице 1 представлена градация показателя СЭП_{РТК}.

Таблица 1

Градация показателя СЭП_{РТК}

Диапазон показателя СЭП _{РТК}	Уровень СЭП
менее 0,10	очень низкий
0,10 – 0,21	низкий
0,22 – 0,33	средний
0,34 – 0,45	высокий
более 0,45	очень высокий

Для оценки и картографирования СЭП_{РТК} использованы 50 критериев, объединенных в 6 групп согласно социально-экономическим свойствам территории: 1) общие; 2) демографические; 3) социальные; 4) экономические; 5) транспортные; 6) рыночные, логистические и институциональные.

Три подхода к построению шкалы оценки критерия согласно его свойствам:

1) положительный критерий – прямая, нарастающая градация от минимального до максимального показателя;

2) негативный критерий – обратная, инверсионная градация от максимального до минимального показателя;

3) неоднозначный критерий – прямая или обратная градация в зависимости от степени проявления положительных свойств.

Топографическая карта Алматинского региона масштаба 1:1 000 000 была разбита сеткой из равных квадратов 10 x 10 км. Для каждого из них определен показатель СЭП для развития РТК. Экстраполяция пространственной информации выполнена в Golden Software Surfer V. 11.2.848, основное назначение которого – обработка и визуализация двухмерных наборов данных, описываемых функцией: $z = f(x, y)$.

Интерполяция осуществлена по алгоритму – геостатистический метод Крикинг (Kriging). Карта изолиний экспортирована в ArcGIS 10.0. Главный результат выполненных исследований – это сравнительная характеристика разных территорий Алматинского региона по уровню СЭП (рисунок 2).

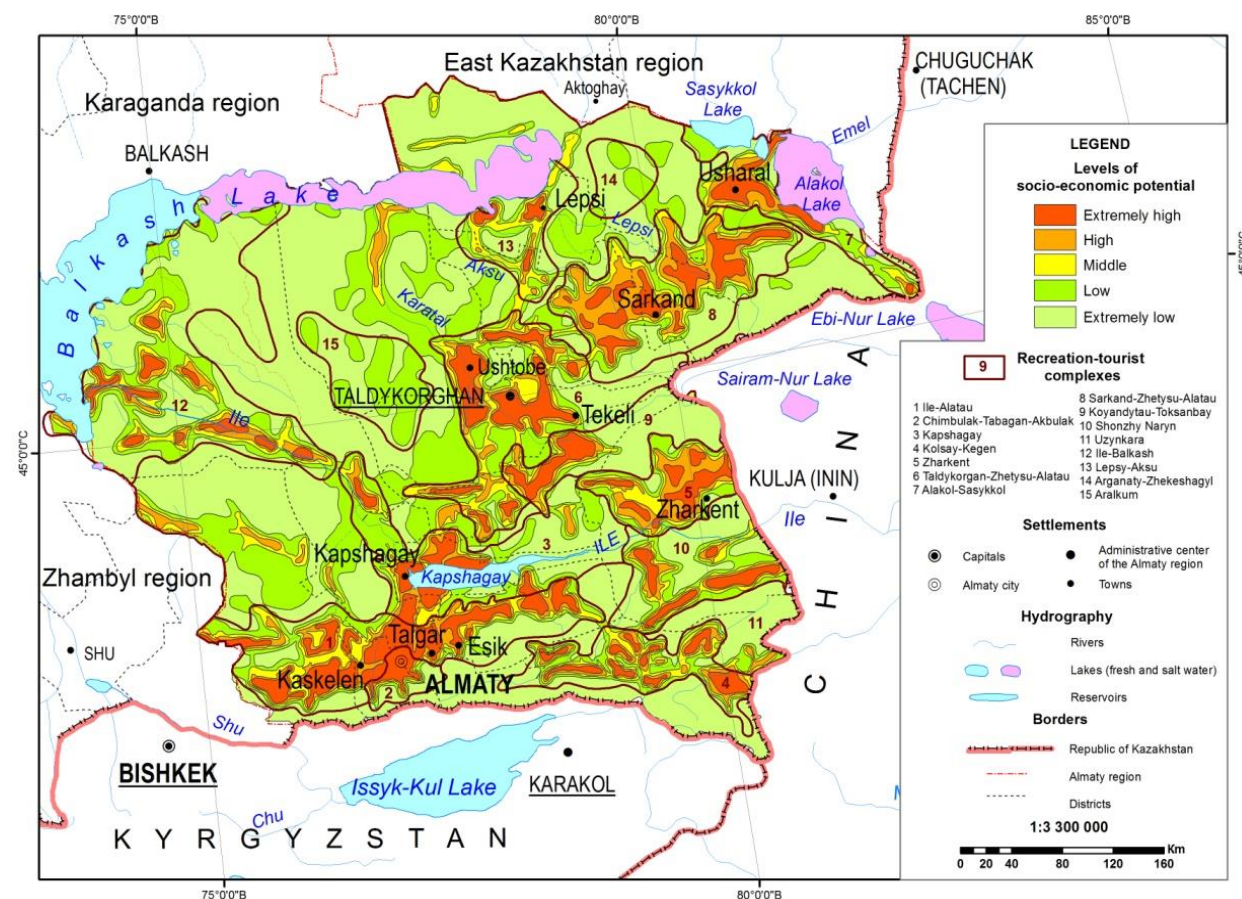


Рис. 2. Карта социально-экономического потенциала Алматинского региона для развития РТК

При выделении зон учитывались не только определенные сочетания и соотношения ареалов ресурсов и ситуаций, но и то, что СЭП – результат сложного и специфического взаимодействия факторов. Исходным при разработке и составлении карты является понятие социально-экономических ресурсов как характеристик территории с относительно однородным состоянием, являющимся результатом взаимодействия группы факторов. Их можно рассматривать как сложную систему – территориальное сочетание, охватывающее системы разной степени сложности, характеризующееся определенной общностью.

Характеристика территории включает следующие отличительные качества: неблагоприятные условия, пригодность для размещения РТК по зонам их комфортности. На карте граница ареалов показывается условной линией, обозначающей пределы комфортности для развития рекреации и туризма.

Заключение. Исходя из оценки СЭПртк и картометрических данных до 40 % территории Алматинского региона характеризуется очень низким уровнем потенциала, 25 % – низким и умеренным, а 35 % – высоким и очень высоким. Основные задачи развития РТК Алматинского региона следующие: создание условий для эффективного развития РТК; формирование конкурентоспособных туристских продуктов, обеспечивающих позитивный имидж и узнаваемость на национальном и международном рынках туристско-рекреационных услуг; проведение активной рекламной деятельности, направленной на продвижение РТК на национальный и международный рынки; формирование местной нормативно-правовой базы РТК; содействие повышению конкурентоспособности туристско-рекреационных услуг за счет улучшения качества обслуживания клиентов; поддержка развития малого и среднего предпринимательства в РТК; обеспечение развития инфраструктуры РТК путем содействия привлечению отечественных и иностранных инвестиций для реконструкции и создания новых объектов; содействие созданию условий для развития услуг (гостиничных, лечебно-оздоровительных, сервисных, транспортных, связи и др.) в соответствии с международными стандартами; содействие развитию межрегиональных и международных туристских связей на основе взаимной выгоды; создание условий для возрождения, развития и освоения новых туристско-рекреационных ресурсов.

Литература

1. Брошюра «Регионы Казахстана» / гл. ред. А.А. Смаилов. – Астана: Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан, 2015. – 21 с.
2. Регионы Казахстана в 2013 году: статистический сборник / гл. ред. А.А. Смаилов. – Астана: Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан, 2014. – 420 с.
3. Численность населения Республики Казахстан по областям, городам и районам на 1 октября 2015 года: статистический сборник (Серия 15: Демография). – Астана: Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан, 2015. – 6 с.

РОЛЬ ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ В ПРОДВИЖЕНИИ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

А.А. Польшина,
преподаватель специальных дисциплин, ОГАПОУ «БМТК»

Аннотация. Статья посвящена роли туристско-информационных центров в продвижении туристской дестинации, необходимости создания ТИЦ на территории Белгородской области как одного из важнейших сегментов индустрии гостеприимства. В работе туристско-информационный центр рассматривается как организация, выступающая связующим звеном между туристским бизнесом и региональными органами власти, а также предоставляющая услуги по продвижению туристской информации гостям и жителям региона.

Ключевые слова: туристская дестинация, продвижение туристской информации, туристско-информационный центр.

В настоящее время туризм играет все более возрастающую роль в социально-экономическом развитии регионов России. Особое влияние на конкурентоспособность дестинации в сфере туризма оказывает состояние информационного продвижения региона на туристский рынок. Для успешного развития въездного туризма на региональном уровне необходимо решить такие вопросы как продвижение дестинации за счет информационной поддержки регионального туристского продукта для увеличения туристских потоков в данный туристский регион. Что в свою очередь увеличит поступление средств в бюджет региона и увеличит доходы предприятий индустрии туризма.

В современном обществе продвижение туристской дестинации происходит через социальные сети системы Интернет. Потребитель туристского продукта, планируя поездку изучает различные источники информации о предлагаемом туре в социальных сетях, на сайтах туроператоров, профильных форумах, где происходит обмен между опытными туристами, профессионалами туристского бизнеса в рамках сетевых ресурсов таких как Facebook, Twitter, LiveInternet и др.

Наиболее оптимальным на наш взгляд является создание на территории региона Туристско-Информационного центра в виде сервисной службы, которая бы представляла информацию о местных туристских продуктах, достопримечательностях, исторических ресурсах региона, объединяла ее воедино и предоставляла потенциальным туристам. ТИЦ в большинстве своем это некоммерческие организации, которые содействуют органам власти регионов в формировании информационной базы туристских ресурсов. Благодаря информационным центрам количество туристских прибытий в регион увеличивается, что приводит к дополнительным поступлениям в бюджеты различных уровней. Согласно статистическим данным на 01.07.2018 г. на территории Российской Федерации действуют более 400 ТИЦев представленных в виде некоммерческих и коммерческих организаций, различных организационно-правовых форм, которые финансируются из бюджетов регионов, городов, различных ассоциаций. На основе данных АИС «СОТИ: Система обмена туристской информацией лучшими туристско-информационными центрами на территории Российской Федерации признаны: ТИЦ «Углич», ТИЦ «Приморского края», ТИЦ Самарской области, ТИЦ «Томск», Центр развития туризма «Красная изба», Великий Новгород и другие. Организационно-правовые формы ТИЦ на территории России представлены в виде некоммерческих партнерств, муниципальных организаций, подразделений региональной и муниципальной администрации, которые формируют 90-95% процентов своих доходов из бюджетных средств, а также коммерческими организациями в виде обществ с ограниченной ответственностью. Туристско-информационные центры предоставляют информацию о туристском потенциале региона, туристских продуктах, информируют туристов о культурных, спортивных и общественных событиях региона коллективными средствами размещения, участвуют в формировании позитивного туристского имиджа региона.

В данный момент функции ТИЦ на территории Белгородской области выполняют следующие организации: Автономная некоммерческая организация «Центр развития туризма и народных художественных промыслов «Золотая подкова», которая включена в Национальный перечень туристско-информационных организаций (nbcts.org/tic/list.cshtml) как действующий на территории Белгородской области ТИЦ. НП РТБО Туристический портал г. Белгорода «Белая крепость», ООО «Рой» Центр туризма Грайворонского района, Центр туризма «Магнитный полюс» в г. Губкин. Все вышеперечисленные предприятия оказывают информационно-консультационную поддержку субъектам малого и среднего предпринимательства в сфере туризма, способствуют развитию внутреннего и въездного туризма. Так, для достижения целей на базе АНО «Центр развития туризма и народных художественных промыслов «Золотая подкова» проходят выставки-ярмарки муниципальных районов и городских округов, распространяется печатная и сувенирная продукция, создаваемая местными мастерами-ремесленниками, проходят мастер-классы по различным видам ремесел. Несмотря на то, что информационная работа в регионе

проводится, отмечается отсутствие единого подхода к продвижению туристской дестинации региона, единой структуры, различное понимание целей и задач туристско-информационных центров и, как следствие различное функционирование данных учреждений.

Главной задачей ТИЦ должно стать привлечение туристов и увеличение продолжительности их пребывания в регионе.

Для этого необходимо провести ряд мероприятий направленных на популяризацию туристских ресурсов Белгородской области:

- Развитие туристской привлекательности Белгородской области, популяризация внутреннего туризма через информационные площадки России, средства массовой информации различных уровней, в целях формирования благоприятного имиджи и продвижения туристской дестинации на всероссийский и международный рынки.

- Поиск и классификация туристских ресурсов региона.

- Организация работы по сбору информации о туристских возможностях региона.

- Проведение маркетинговых исследований регионального рынка туризма.

- Оказание государственных услуг населению Белгородской области в рекламно-информационной деятельности.

- Создание благоприятной информационной среды для туристов и экскурсантов, посещающих регион.

- Подготовка, тиражирование и распространение печатной продукции о туристских достопримечательностях дестинации.

- Внедрение инновационных технологий по продвижению туристского продукта региона.

- Создание единой, бесплатной информационной службы по туризму в регионе.

- Содействие в консолидации предприятий средств размещения, транспорта, общественного питания, объектов показа, спортивног, делового и направлений.

- Формирование брендовых региональных и межрегиональных маршрутов.

- Проведение сервисного аудита предприятий сферы гостеприимства.

- Развитие и поддержка системы туристского образования.

- Организация подготовки, переподготовки, повышения квалификации кадров индустрии туризма.

- Участие в реализации существующих и разработке новых программ и концепций развития туризма на территории Белгородской области.

- Содействие развитию экскурсионной деятельности в Белгородской области.

- Предоставление услуг экскурсоводов, гидов-переводчиков, сопровождающих на маршруте.

- Интернет-продвижение туристских ресурсов через порталы, сайты, социальные сети.

- Участие в выставочно-ярмарочной деятельности, инфотурах.

Создание ТИЦ на территории Белгородской области будет способствовать организации информационной поддержки индивидуальных туристов, посещающих регион. Информационный центр позволит скоординировать работу предприятий туристской инфраструктуры, органов местного самоуправления, муниципальных образований в целях продвижения туристской дестинации, объединив их в единое информационное пространство. ТИЦ консолидирует рекламно-информационную работу различных участников туристского рынка в целях оказания информационно-справочных, туристских и деловых услуг туристам, а также ведение рекламно-информационной и маркетинговой деятельности.

Литература

1. Аксенова А.А. Мониторинг деятельности туристско-информационных центров России // Студенческая наука XXI века : материалы IX Междунар. студенч. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 23 апр. 2016 г.). В 2 т. Т. 1 / редкол.: О.Н. Широков [и др.] – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. – С. 201-203.

2. Жданчиков П. А. Развитие системы туристских информационных центров в российских регионах // Региональная экономика: теория и практика. 2015. № 25 (400). С. 13–26.
3. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/>
4. Официальный сайт Всемирной туристской организации (UNWTO) [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://unwto.org>

РАЗВИТИЕ РОССИЙСКО-КИТАЙСКИХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Ю.Л. Польшина,
преподаватель ОГАПОУ «БМТК»
О.Н. Лавриненко,
преподаватель ОГАПОУ «БМТК»

Аннотация. Данная статья рассматривает взаимоотношения России и Китая по вопросам экспорта и импорта туристических услуг. Проанализированы факторы, влияющие на главные показатели внешней торговли туристическими услугами между странами. Проведен анализ перспектив развития взаимных туристических потоков, а также мер способных стимулировать развитие въездного туризма из КНР в РФ.

Ключевые слова: туристический рынок, рекреационно-туристический потенциал, международное сотрудничество, перспективы туристического взаимодействия.

Россию и Китай связывает не только общая граница, но и важнейший фактор в современном мире - экономическое взаимодействие, и конечно же историко-культурное наследие двух стран. Российско-китайские отношения имеют огромное значение не только для самих государств (торгово-экономический обмен, коммуникации, совместные проекты, объединение усилий для обеспечения безопасности и т.п.), а также в контексте международной политики. Стоит отметить, что лишь всестороннее развитие культурного сотрудничества между государствами может сделать их народы ближе, открыть пути для реализации множества проектов во всех сферах жизни населения, в том числе и в туристической отрасли. Исходя из этого весьма актуально исследование перспектив туристического взаимоотношения РФ и КНР на международном туристическом рынке.

Актуальность данной темы обусловлена следующими факторами. Во-первых, рост международного туризма на сегодняшний день очевиден. Туризм в настоящее время является одной из наиболее интенсивно развивающихся отраслей международной экономики и мирового хозяйства. На долю туристической индустрии приходится 10 % международных инвестиций, всех существующих рабочих мест и мировых потребительских расходов. Во-вторых, на сегодняшний день Китай поставляет наибольшее количество туристов по всему миру. Соответственно, для России сотрудничество с Китаем как со страной с передовой индустрией туризма в данной сфере представляет колоссальную необходимость. Для российской туристической отрасли важность представляет изучение данных взаимоотношений и возможные перспективы их развития.

Среди важных факторов развития синергизма между КНР и Россией можно назвать: географический (имеется общая сухопутная граница между странами); экономический (повысился уровень жизни населения в КНР, значительная часть населения может позволить себе путешествовать, и здесь сыграло роль то, что в среднем тур в РФ стоит значительно дешевле, чем в Европе); политический (укрепление взаимного сотрудничества в политической деятельности двух стран, в том числе подписание ряда взаимных соглашений на высочайшем уровне); рекреационно-туристический потенциал России и интерес со стороны граждан Китая к нему (богатейшая история, культура и природные ресурсы).

Активное развитие туристических обменов между Китаем и Россией способствует усилению культурно-массовых связей. В статье раскрываются перспективы сотрудничества России и Китая в индустрии туризма. Сейчас это актуальнейший вопрос, так как намного крепче становится экономическое и общественно-социальное начало российско-китайской дружбы. В настоящее время в условиях мирового кризиса в Российской Федерации сфера туризма играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта (ВВП), в создании новых рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Туризм имеет влияние на такие существенные отрасли экономики, как транспортная структура, система связи, строительство, сельское хозяйство и многое другое. Стратегически важным партнером в развитии туризма в России на современном этапе является Китай.

Для развития индустрии туризма нашей страны и повышения конкурентоспособности турпродукта РФ на китайском рынке важно учитывать социокультурные особенности туристов из Китая. С 2014 года при поддержке Федерального агентства по туризму и Государственного управления по делам туризма КНР реализуется проект China Friendly («Дружественный Китаю»), целью которого является обеспечение комфортного пребывания китайского туриста в нашей стране. В связи культурными различиями и языковым барьером, у китайского туриста существует ряд особых предпочтений и требований к месту пребывания и средствам размещения, которым до этого в России не уделялось должного внимания. Проект, сотрудничающий с предприятиями туристической инфраструктуры, то есть гостиницами, ресторанами, музеями, развлекательными центрами, экскурсионными компаниями и др. С помощью данного проекта, можно адаптировать услуги сферы туриста под запросы китайского туриста. Например, в предприятиях сферы гостеприимства в номерах размещается информация на китайском языке, профессиональный переводчик с китайского языка сопровождает туристические группы при заселении, блюда шведского стола подписаны по-китайски и адаптированы к китайской традиции, предоставляется возможность осуществлять оплату услуг картами платежной системы Китая China Union Pay. Помимо этого, Ростуризм предлагает введение такой меры, как система tax-free, то есть возврат налога на добавленную стоимость с покупок. Это эксклюзивная в России сеть объектов в туристической сфере, созданная для удовлетворения потребностей китайских граждан в качественных туристических услугах. Также она нацелена на продвижение национального российского туристического продукта на китайском туристическом рынке и распространение географии путешествий китайских туристов по регионам Российской Федерации.

Так как Китай один из самых интересных, на данный момент туристических союзников России, внедряется ряд программ по установлению и расширению сотрудничества между странами. Россия планирует уменьшить минимальное количество туристов в составе туристической группы из Китая. По обнародованным данным, более 70% туристов из КНР приезжают в Россию по безвизовому каналу. Для упрощения въезда на территорию РФ и привлечения большего тур потока из Китая, предлагается снизить минимальный состав группы до 3 человек. На данный момент, согласно Межправительственному соглашению о безвизовых групповых туристических поездках число туристов в группе не может быть меньше 5 человек. А так же, Федеральное агентство по туризму предлагает увеличить время безвизового пребывания туристов из Китая в России до 21 суток, вместо 15.

Среди мер, способных стимулировать развитие въездного туризма из Китая в РФ в перспективе, можно назвать съемку фильмов, сериалов, других мультимедийных материалов, способствующих повышению уровня осведомленности о России в Китае, развивающих совместное кинопроизводство и наравне с этим привлекающих большой поток туристов из Китая. Также возможно использование Интернет-ресурсов для продвижения российского турпродукта в Китае. К сожалению, на данный момент столь эффективный инструмент продвижения не используется в полной мере в России, когда как

западные коллеги активно занимаются переводом веб-сайтов туристических дестинаций, создают группы в социальных сетях и активно публикуют на сайтах китайских туроператоров и новостных каналов исторические справки и туристическую информацию о своей стране.

Прогнозы ЮНВТО «Туризм: перспективы 2030» и данные статистики указывают на высокие темпы роста и развития международного туризма в странах региона Северо-Восточной и Южной Азии, что опережает показатели Северной Америки и Евросоюза. Кроме того, исследования показали, туристические расходы граждан Китая за рубежом увеличились в 2018 году на 14%. Все это делает туриста из поднебесной наиболее желанным во всем мире, и в России так же. [4]

Ежегодно статистические данные показывают положительную динамику въездного туризма из Китая в Россию. За первые 7 месяцев 2018 г. в составе организованных групп, увеличилось на 20 % по данным туристической ассоциации «Мир без границ», в период «золотой недели», 1 по 7 октября, в Москву и Санкт-Петербург прибыло около 500 организованных групп китайских туристов в составе 15, 5 тыс. человек. Таким образом, в этом году в дни национальных праздников в столицы по «безвизовой» программе прибыло на 35% больше туристов из Китая, чем в праздничную неделю прошлого года. В прошлом году Россия вошла в десятку стран, наиболее активно посещаемых китайскими туристами в «золотую неделю», приуроченную к национальным праздникам. [5]

Однако, на фоне мегаполисов, и Сибирь становится популярным туристическим направлением для жителей КНР, которые ценят чистый воздух и возможность насладиться природой, принять участие в охоте или рыбалке. По подсчётам экспертов, с января по сентябрь 2018 года по «безвизовым спискам» в Новосибирскую область из Китая прибыли 683 группы в составе почти 24 тысяч человек. За аналогичный период прошлого года регион посетили 622 группы, турпоток был меньше почти на 1,5 тысячи человек.

День образования Китайской Народной Республики – является главным национальным праздником Китая, его празднуют с 1949 года ежегодно, 1 октября. В этот день в КНР начинается «золотая неделя», праздничные дни (1-3 октября) объединяются с выходными и образуют вместе неделю каникул. Обычно жители Китая используют выходные для туристических поездок как внутри страны, так и за рубежом, это способствует притоку туристов в целом.

Некоторые специалисты полагают, что на рост китайского инкаминга не мог не повлиять колебания курса рубля, на фоне которых путешествовать в Россию стало еще дешевле. Кроме того, выросла популярность приграничных городов.

В заключение необходимо отметить, что перспективы туристических взаимоотношений РФ и КНР, конечно же, есть. По нашему мнению, необходимо вести осмысленную политику продвижения наших туров за рубеж, и максимально использовать туристические объекты регионов нашей страны, создавать новые туристические продукты, направленные на увеличение потока туристов из Китая.

Литература

1. Глушко А. А., Сазыкин А. М. География туризма / А. А. Глушко, А. М. Сазыкин. - Владивосток: Издательство Дальневосточного университета, 2012; - 270с.
2. Дурович, А. П, Бондаренко Г. А. Организация туризма: учеб. пособие / А.П. Дурович. - Мн.: Новое знание, 2015; - 277с.
3. Экономика современного туризма / Под ред.д.э.н. Г. А. Карповой. - М.: Инфра-М, 2012; - 290с.
4. «Турпром» [Электронный ресурс] <https://www.tourprom.ru/social/search/>
5. «Дружественный Китаю» [Электронный ресурс] <https://chinafriendly.ru/#reviewscf>

РАЗРАБОТКА ЭЛЕМЕНТОВ УЗЛОВ И ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ПИЩЕВЫХ ХОЛОДИЛЬНЫХ СИСТЕМ

А.И. Ремнев,

*доктор технических наук, доцент,
профессор кафедры технологии продуктов питания, НИУ «БелГУ»*

И.Ю. Коротких,

старший преподаватель кафедры технологии продуктов питания, НИУ «БелГУ»

Ю.А. Болтенко,

*кандидат технических наук, доцент,
доцент кафедры технологии продуктов питания, НИУ «БелГУ»*

И.Г. Зиновьева,

старший преподаватель кафедры технологии продуктов питания, НИУ «БелГУ»

Аннотация. В работе рассмотрена методология разработки и расчёта технологического процесса формирования элементов изгиба оперённых монометаллических и биметаллических труб с минимальным и минимально возможным радиусами путем моделирования на ЭВМ элементов изгиба и их дизайна. Предложенная методология позволяет производить необходимые расчеты для определения основных параметров технологического процесса изгиба оперённых труб и обеспечивает получение качественных изгибов при минимальном и минимально возможном радиусах изгиба трубы. Эти технологии изгиба ребрённых труб не имеет аналогов в мировой практике и содержит «ноу-хау».

Ключевые слова: холодильные системы теплообмена, технология изготовления элементов холодильных систем, оперённые трубы, изгиба оперённых труб и расчёт.

Введение. В качестве теплоотводящих элементов (охладителей) для конструкций систем теплообмена (СТ) наиболее перспективными являются трубы с наружным и внутреннем ребрением, изогнутые в змеевиковый (петлевой) элемент (змеевик) [1, 2].

Витые змеевиковые элементы из оперённых труб применяются в различных СТ, например, в центрифугах, испарителях, и других. Конструкции витых змеевиковых элементов могут быть однозаходными или многозаходными с требуемым наружным диаметром (рис. 1, а) и шагом навивки. Точность изготовления витых змеевиковых элементов зависит от требований к конструкции СТ.

Методы и организация исследования. Основным видом многих конструкций СТ является плоские змеевиковые элементы петлевой формы (рис. 1, б), которые имеют необходимое количество изгибов. При этом новые петлевые змеевидные элементы выполняют с минимальным и минимально возможным радиусами изгиба, которые находятся в пределах 1.0...2.0 диаметра оперённой трубы. Предлагаемая технология изгиба оперённых труб (см. рис. 1, в - к), установка для их изготовления, наиболее полно могла бы удовлетворять всем требованиям заводов-изготовителей, выпускающих аналогичные СТ из элементов змеевикового типа [3 -7].

Исходная цельнотянутая труба при накатке различного профиля рёбер испытывает сложную упруго-пластическую деформацию, вследствие глубокой вытяжки рёбер, сопровождающиеся концентрацией напряжений на участках их формирования, т.е. получают наклёп. При этом сформированные пластической деформацией ребра имеют значительную прочность по сравнению с материалом сечения трубы не подвергающемуся деформации. В связи с этим при выполнении изгиба труба утончается на участке оперённой трубы с минимальным радиусом изгиба. Известно также, что даже незначительные осевые растягивающиеся усилия, превышающие предел текучести материала трубы, вызывают образование разрыва оболочки трубы на участке ее изгиба. Для получения качественного изгиба трубы ее на участке изгиба нагружают осевой силой (осевое осаживание)

превышающей предел текучести материала трубы. Осевое сжатие оперённой трубы обеспечивают с помощью пневмоцилиндров. Оптимальное осевое усилие относительно нейтрального сечения оболочки трубы, передаваемое штоком пневмоцилиндра, определяют экспериментальным или расчётным путем.

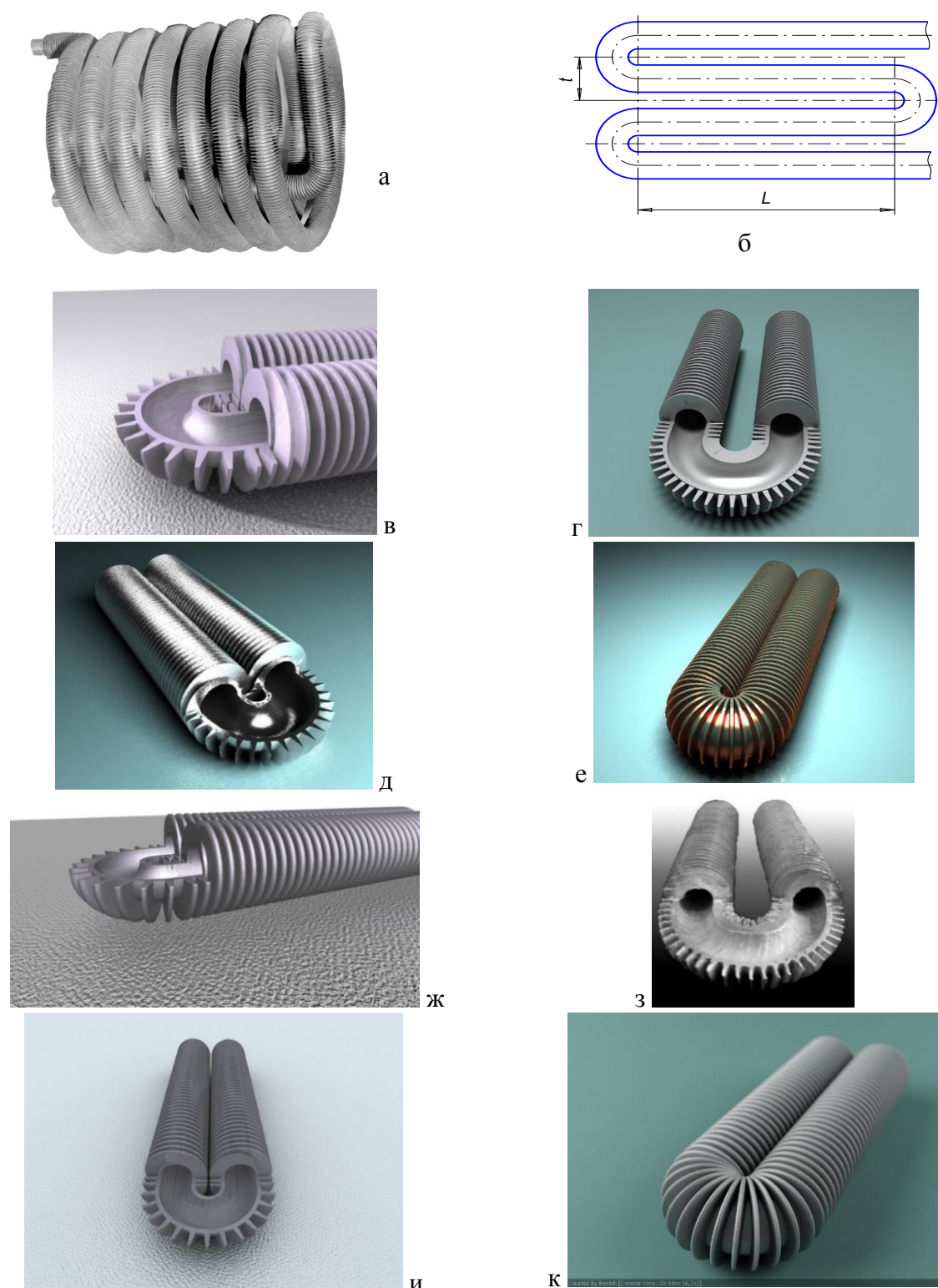


Рис. 1. Общий вид изгибов оперённых труб для СТ с профилем рёбер прямоугольного, треугольного, трапецидального и с радиусным округлением: а и б - витого пространственного и петлевого змеевиковых элементов; в - к изгибы монометаллических и биметаллических оперённых труб с минимальным и минимально возможным радиусами изгиба с рёбрами различного профиля

При назначении режимов для трубогибочного оборудования необходимо определить значение требуемого изгибающего момента в зависимости от известных параметров труб (геометрических размеров и предел текучести материала трубы, модуль упругости и радиуса изгиба и др. параметров). Если принять для упрочнённого материала оперённой трубы условную диаграмму напряжения-деформации в поперечном сечении оперённой трубы, то можно получить с высокой степенью точности формулу для определения изгибающего момента [5, 7].

Известно, что не только при изгибе труб круглого сечения сталкиваются со значительными трудностями, но и при изгибе оперённых труб с минимальным и минимально возможным радиусами изгиба. Оперённые монометаллические трубы без разработки надёжной технологии изгиба, не могут быть получены известными методами, и поэтому на уровне изобретения предлагается новая технология изгиба монометаллических и биметаллических оперённых труб [2, 6, 7].

При бездорновом изгибе оперённых монометаллических труб как с минимально возможным радиусом изгиба при наличии рёбер, так и с радиусом изгиба равным радиусу оперённой трубы необходимо учитывать силы, которые воздействуют на трубу в процессе изгиба, а также силы, которые обеспечивают возможность получения качественного изгиба с требуемыми параметрами [5, 6, 7].

Рассмотрим некоторые особенности технологического процесса формирования изгиба на ребренных трубах. Нейтральная ось, проходящая в поперечном сечении через центр тяжести прямой трубы, при изгибе смещается (рис. 2). Известно, что значение радиуса кривизны нейтрального слоя при чистом изгибе трубы принимают аналогично значениям радиуса при изгибе кривого бруса со сплошным поперечным сечением. Для получения истинной картины деформации труб при изгибе необходимо определять смещение нейтрального слоя, учитывая влияние изгиба, сдвига и утончения. При больших значениях коэффициента ребрения утончение стенки трубы практически отсутствует, за счет подкрепляющего эффекта ребер и им можно пренебречь. Смещения, вызываемые сплющиванием, при изгибе ребренных труб так же весьма незначительны, и наблюдаются только при изгибе труб с низким коэффициентом ребрения. Радиус кривизны нейтрального слоя при этом для сечения трубы, изображенного на рис. 2, определяются по формуле:

$$\rho = \frac{D_H - d_{в.н.}}{\delta \cdot K_c \left(\sqrt{R_{0_{\min}}^2 - \frac{d_{в.н.}^2}{4}} - \sqrt{R_{0_{\min}}^2 - \frac{D_H^2}{4}} \right)}, \quad (1)$$

где K – поправочный коэффициент, полученный при изгибе оперённых труб с учётом экспериментальных данных, зависящий от коэффициента ребрения. Для алюминиевых и медных сплавов зависимость поправочного коэффициента K_c от коэффициента ребрения можно определить графическим способом по эмпирическому графику (рис. 3).

Величина смещения нейтральной оси при одной и той же толщине стенки оперённой трубы зависит от ряда факторов, в том числе от величины и направления продольных сил. В зависимости от применяемой технологии изгиба, в материале трубы действуют различные продольные силы, и смещение нейтрального слоя определяется главным образом ими, а не законом смещения нейтрального слоя при чистом изгибе. Особенностью изгиба оперённых труб является то, что влияние продольных сил нейтрализуется осевыми силами, приложенными к участкам защемления трубы в сторону радиуса ее изгиба. Труба до изгиба, кроме установленных допусков, как по наружному диаметру, так и по толщине стенки, имеет разностенность. Технологический процесс формирования изогнутых труб является дополнительным источником разностенности в сечении. В процессе изгиба на внутренней части изгиба стенка трубы утолщается, а на наружной утончается.

При недопустимом утончении стенки трубы происходит ее разрушение (разрыв). По этому при изгибе труб стремятся предотвратить утончение стенки трубы.

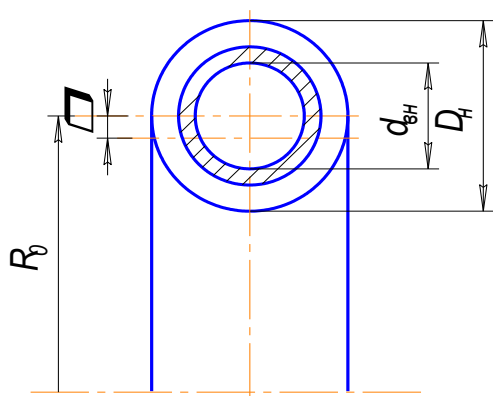


Рис. 2. Смещение центральной оси при изгибе оребренной монометаллической трубы

Характер распределения напряжений изогнутой трубы под воздействием внутреннего давления существенно отличается от напряжений в прямых трубах. Это объясняется наличием на участках изгиба поверхностей двойкой кривизны (рис. 4). Рассмотрим на такой поверхности элементарную прямоугольную площадку, по контуру которой действуют изгибающие силы: N_1 , N_2 – силы, касательные к поверхности в главных направлениях, МПа; N'_2 – осевая сила, приводящая сечение трубы в пластичное состояние, МПа.

Из приведённой схемы можно вывести следующую зависимость:

$$\frac{N_1}{\rho_1} + \frac{N_2 + N'_2}{\rho_2} = P \quad (2)$$

где ρ_1 и ρ_2 – главные радиусы кривизны (минимальный и максимальный), мм; P – внутреннее давление, МПа.

Обработка экспериментальных данных позволила установить зависимость диаметра трубы и минимально возможного при этом радиуса изгиба от осевого усилия сжатия.

В поперечном сечении изгиба найдём значения главных радиусов кривизны в любой точке, расположенной под углом α . Центр первой кривизны R_1 лежит в центре поперечного сечения колена, а центр второй кривизны R_2 – в пересечении нормали рассматриваемой площадки с осью тора.

$$\text{Следовательно, } R_1 = R_H, \quad R_2 = R_H + \frac{R_0}{\sin \tau}.$$

Подставив эти значения в выражение (1) получим

$$\frac{N_1}{R_H} + \frac{N_2 + N'_2}{R_H + \frac{R_0}{\sin \tau}} = P \quad (3)$$

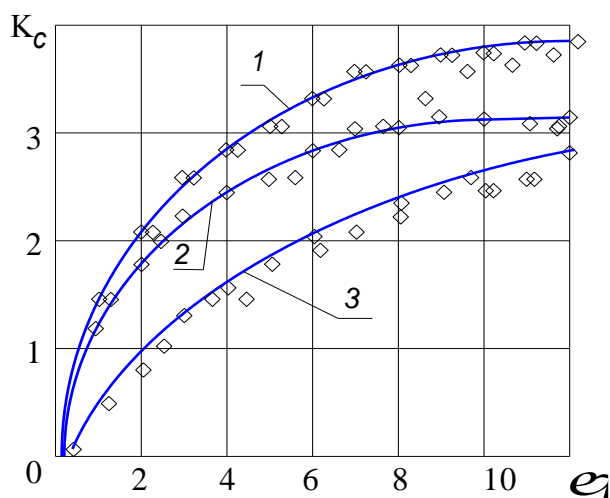


Рис. 3. Зависимость поправочного коэффициента смещения центральной оси при изгибе монометаллических оперённых труб от коэффициента оребрения: кривые 1, 2 и 3 – для алюминиевых, медных и медно-никелевых сплавов соответственно

Для упрощения расчёта будем считать, что продольные напряжения в кривой трубе распределяются равномерно, как и в прямой трубе, то есть

$$N_2 + N'_2 = \frac{P \cdot R_H}{2} \quad \text{После}$$

подстановки значения $N_2 + N'_2$ в выражение (3) получим

$$\frac{N_1}{R_H} + \frac{\frac{P \cdot R_H}{2}}{R_H + \frac{R_0}{\sin \tau}} = P \cdot \quad (4)$$

Решив уравнение (4) относительно N_1 получим

$$N = \frac{P \cdot R_H \cdot 2R_0 + R_H \sin \tau}{2R_0 + R_H \sin \tau}, \quad (5)$$

что приводит к окончательному уравнению для приближенного определения напряжений от внутреннего давления в изогнутой трубе:

$$\sigma = \frac{P \cdot R_H \cdot 2R_0 + R_H \sin \tau}{2(R_0 + R_H \sin \tau)}. \quad (6)$$

При $R = const$ наименьшие кольцевые напряжения $\sigma_{\kappa \min}$ получаются при $\tau = \frac{\pi}{2}$,

наибольшие $\sigma_{\kappa \max}$ – при $\tau = \frac{3}{2}\pi$.

Отсюда следует, что в изогнутом участке, под действием внутреннего давления наиболее напряжёнными являются волокна на внутренней части изгиба.

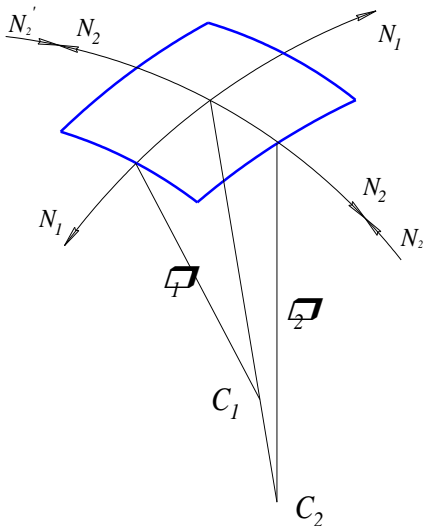


Рис. 4. Схема к расчёту возникающих усилий на элементарной наружной поверхности трубы двойкой кривизны

При увеличении радиуса изгиба R разность между $\sigma_{\kappa \max}$ и $\sigma_{\kappa \min}$ уменьшается и при $R \rightarrow \infty$ эта разность стремится к нулю. С развитием пластических деформаций распределение напряжений в изгибе трубы изменится.

Изгиб труб сопровождается образованием овальности и уменьшением проходного сечения трубы. Перечисленные параметры зависят, главным образом, от радиуса изгиба, пластических свойств металла и параметров оребрения (D_H , D_{BH} , S и Δ), характеризующихся коэффициентом оребрения, то есть

$$(\theta), (\Delta F) = f\left(R_0, \frac{\sigma_T}{\sigma_s}, \frac{\delta}{\sigma_s}, \frac{\psi}{\sigma_s}, \varphi\right).$$

Кроме того, труба, имеющая овальную форму поперечного сечения изгиба, обладает меньшей прочностью. Овальность следует учитывать при работе трубы под внутренним давлением.

При искривлении формы в изгибе изменяются не только геометрические параметры (наружный диаметр и толщина стенки), но и физико-механические свойства материала трубы (предел текучести, удлинение, твёрдость).

Изогнутый трубный элемент, имеющий овальное сечение испытывает суммарные напряжения, возникающие от внутреннего давления среды, и дополнительные изгибающие в результате отклонения сечения от круглой формы. Эти напряжения у оперённой трубы, по сравнению с гладкой, значительно меньше за счёт подкрепляющего эффекта рёбер, то есть.

$$\sigma_{\Sigma} = [\sigma_{cp} + \sigma_{из}] \cdot K_{н.э} . \quad (7)$$

Эти суммарные напряжения на внутренней поверхности трубы во всех случаях должны быть меньше предела текучести материала трубы при рабочей температуре, т.е. $\sigma_{\Sigma} < \sigma_T^t$, откуда

$$\sigma_T^t > [\sigma_{cp} + \sigma_{из}] \cdot K_{нэ} = \sigma_{cp} + \sigma_p \frac{3\Delta r}{\delta} \psi , \quad (8)$$

где σ_p – напряжения, возникающие от внутреннего давления в трубе круглого сечения, МПа.

В ходе исследований установлено, что при чистом изгибе трубы большая ось овала располагается перпендикулярно плоскости изгиба трубы.

Процесс сплющивания схематически изображён на рис. 5. Труба, изогнутая по радиусу R, подвергается дальнейшему изгибу в той же плоскости. Выделим на трубе два сечения АВ и А'В'. При изгибе на внешней части изгиба возникнут растягивающие напряжения, а на внутренней части – сжимающие.

Растягивающие и сжимающие напряжения дадут равнодействующие поперечные силы T, направленные к оси трубы. Они будут основными силами, вызывающими сплющивание сечения трубы.

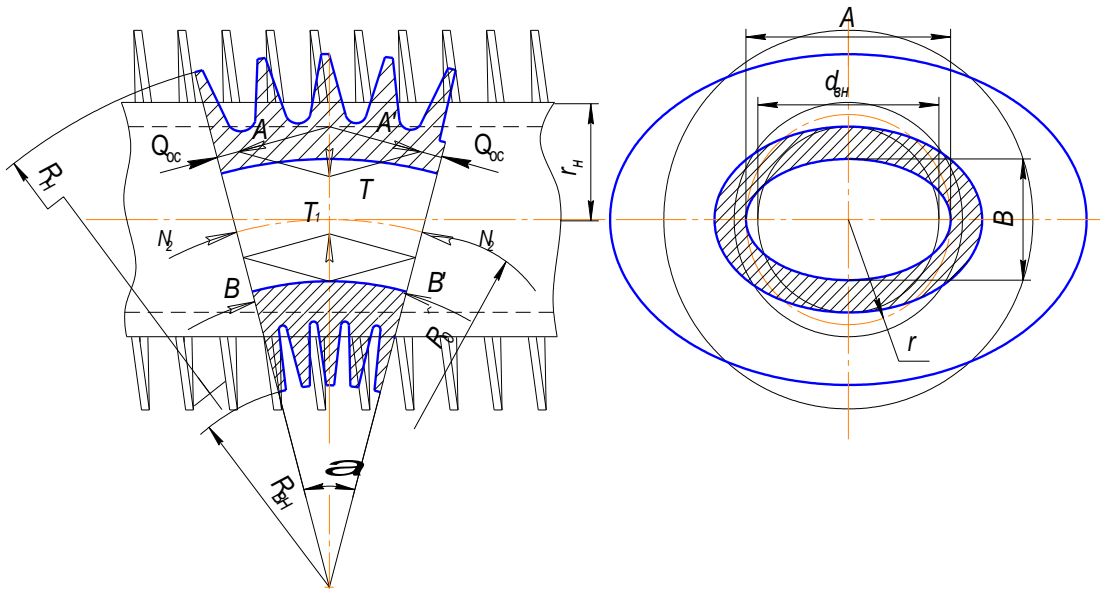


Рис. 5. Действие сил в продольном сечении на участок изгиба оперённой монометаллической трубы

При изгибе труб сплющивающие силы могут вызывать поперечную осадку труб, то есть уменьшать длину окружностей поперечных сечений. При сплющивании трубы уменьшается одна из главных осей поперечного сечения (в плоскости изгиба) и увеличивается размер поперечного сечения в направлении, перпендикулярном к плоскости изгиба. При изгибе прямой трубы изменение формы поперечного сечения и толщины стенок происходит неравномерно по всей поверхности изгиба.

Относительная овальность определяется по формуле

$$\theta = \frac{2(d_{max} - d_{min})}{d_{max} + d_{min}} \cdot 100\% , \quad (9)$$

где d_{max} – наружный диаметр трубы по большой оси, мм; d_{min} – наружный диаметр трубы по малой оси, мм.

Для выяснения, как уменьшается пропускная способность трубы с овальным сечением, примем, что после изгиба овальное сечение является эллипсом с осями $A=d_{вн}+a$ и $B=d_{вн}-a$.

Площадь проходного эллиптического сечения будет меньше круглого на величину

$$\pi \frac{d_{BH}^2}{4} - \pi \left(\frac{d_{BH}}{2} + a \right) \left(\frac{d_{BH}}{2} - a \right) = \pi \cdot a^2, \quad (10)$$

где a – величина изменения диаметра трубы после изгиба, мм.

Результаты и их обсуждение. Предложенная методика расчёта технологического процесса изгиба оперённых труб проверялась путем моделирования изгибов на ЭВМ, при этом использовались пакеты прикладных программ 3D Studio MAX R5 и SolidWorks 2003 с использованием специальных модулей и приложений (см. рис. 1, в - к). После получения твердотельных ассоциативных моделей, последние подвергались тщательному анализу, в ходе которого устанавливались технологические параметры изгибов, и их соответствие расчётным значениям, полученным из соответствующих аналитических зависимостей. Образцы-свидетели изгибов сравнивались с полученными моделями изгибов на ЭВМ.

Заключение. Таким образом, разработанная методология расчёта позволяет производить необходимые расчеты для определения основных параметров технологического процесса изгиба оперённых труб. Предложенные технологии изгиба оперённых монометаллических и биметаллических труб, позволяет получать качественные изгибы при минимальном и минимально возможном радиусах изгиба трубы. Эти технологии изгиба оперённых труб не имеет аналогов в мировой практике, содержит «ноу-хау», они успешно внедрены в производство для массового выпуска различных систем теплообмена для комплектации ими автотракторных заводов.

Литература

1. Гальперин А.И. Машины и оборудование для гнутья труб. - М.: Машиностроение, 1967. - 181с.
2. Пат. 9668А (Украина). Способ гибки труб. Опубл. Б.И. Промышленная собственность, 1996, № 3.
3. Пат. № 2381859 (РФ). Способ получения змеевикового элемента с U- образными коленами заданной кривизны гибкой монометаллических или биметаллических оперённых труб / Захаров И.С., Емельянов С.Г., Ремнев А.И. / заявл. 16.05.2005; опубл. 20.02.2010, Бюл. № 5. 11 с.
4. Захаров Н.В., Немчунов В.А., Ремнев А.И., Макогон А.А. Новая технология гибки монометаллических цельнооребрённых труб. // Вестник ХГПУ. Вып. 110, Харьков, 2000. – с. 55 – 69.
5. Ремнев А.И. Технология производства систем теплообмена с тонкими трубными решетками. / Курск. гос. техн. ун-т. Курск, 2005. – 236 с.
6. Ремнев А.И., Петривный В.Н. Особенности расчета изгиба оребрённых монометаллических труб для компрессорных систем теплообмена // Компрессорное и энергетическое машиностроение, Сумы. 2007. № 2 (8). С.37 - 43.
7. Петривный В.Н., Ремнев А.И. Оценка качества изгиба оребрённых монометаллических труб для компрессорных систем теплообмена // Компрессорное и энергетическое машиностроение, Сумы. 2007. № 3 (9). С.67 - 71.

РАЦИОНАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПОИСКА БЛЮД ПРИ ИХ ВЫБОРЕ

А.И. Ремнев,

*доктор технических наук, доцент,
профессор кафедры технологии продуктов питания, НИУ «БелГУ»*

Н.И. Мячикова,

*кандидат технических наук, доцент,
доцент кафедры технологии продуктов питания, НИУ «БелГУ»*

О.В. Биньковская,

*кандидат биологических наук, доцент,
доцент кафедры технологии продуктов питания, НИУ «БелГУ»*

И.Ю. Коротких,

старший преподаватель кафедры технологии продуктов питания, НИУ «БелГУ»

Аннотация. Из массива новых, известных рецептов и их технологий приготовления различных блюд путем анализа и синтеза компоновочных решений предложена методологи рационального выбора блюд, позволяющая по различным критериям установить оптимально возможный их выбор.

Ключевые слова: Рациональный выбор блюд, технология блюд, анализ, синтез, компоновочные решения

Введение. Известно, что набор ингредиентов для исходных продуктов для приготовления блюд определяют природные ресурсы и материальное производство – животноводство, земледелие и разнообразные промыслы, что обуславливает рецептуру национальных кухонь для различных стран мира [1-4].

В национальных кухнях стран мира, граничащих с морями и океанами, преобладают блюда из рыбы и морепродуктов, а кухонь стран, расположенных в степных, лесных районах блюда из продуктов полеводства, животноводства и лесных промыслов и так далее. Преимущественно все национальные кухни стран мира используют одно и то же сырье, применяют различные технологии механической, холодильной, тепловой обработок и различные технологические приёмы своеобразного сочетания и смешивания продуктов и не предполагают приготовления унифицированных блюд, а потребители таких блюд воспринимают их как совершенно разные блюда, придающим им особого неповторимого вкуса, например, для продуктов из мяса, риса, картофели и других.

Очевидно, речь идёт не о выборе из тысячи блюд двух сотен лучших (о вкусах не спорят) и не о том, какие из известных разным народам «рациональных» приёмов приготовления предпочтительны, а какие необходимо отбросить.

Одни из рецептов блюд уводили пищевую отрасль в тупик и сами изживали себя, а другие используют до сих пор и, что в эволюции поваренного искусства всех народов были как рациональные, так и ошибочные направления его развития.

Таким образом, предлагать пищевой отрасли основные направления рационального выбора различных блюд, могут новые научно-обоснованные методологии и разработки [5, 6], а установить какое из направлений главное или эфемерное, невозможно — необходим ретроспективный взгляд на историю кулинарии в целом.

Потребителю классических блюд особенно приятны слабоострые мясные студни, первые блюда - русские супы с рыбой и щи из свежей капусты с нейтральным или слабокисловатым бульоном, с мягкой нежной овощной гущей и нежным рыбным мясом. Поэтому русская кухня давно пользуется широкой известностью во всём мире, что является прямым проникновением в международную ресторанную кухню исконно русских пищевых продуктов (икры, красной рыбы, сметаны, гречневой крупы, ржаной муки и тому подобных) или некоторых наиболее знаменитых блюд русского национального меню (студня, щей, ухи, блинов, пирогов и так далее), так и в косвенном влиянии русского

кулинарного искусства на кухни других народов мира. Ассортимент блюд русской кухни на рубеже XIX и XX вв. стал столь разнообразен, а ее влияние и популярность в Европе настолько велики, что о ней заговорили к этому времени с таким же уважением, как и о знаменитой французской кухне.

Но поскольку в истории развития национальных кухонь стран мира было много различных направлений естественно возникает вопрос, каковы же критерии для рационального (оптимального) или не приемлемого (неверного) выбора в приготовлении различных блюд и что следует предпочесть? Как выбрать из массива различных рецептов рациональные (оптимальные) блюда?

Предпосылка для разработки рациональных вариантов новых и совершенствование известных рецептов и технологии приготовления различных блюд основана на более полном удовлетворении спроса потребителей, приготовления фирменных разнообразных и экзотических блюд. К фирменным блюдам относят блюда, приготовляемые по специально разработанной рецептуре и технологии с учётом национальных, региональных и других особенностей кухонь мира.

Разработка методологии анализа и синтеза позволяет пищевым предприятиям рекомендовать выбор рациональных (оптимальных) рецептов из совокупности предложенных компоновочных решений рецептур, рекомендуемых для приготовления блюд на предприятиях общественного питания различных типов и классов. Настоящий стандарт устанавливает классификацию предприятий общественного питания по следующим типам по ГОСТ Р50762-95: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная, предприятие быстрого обслуживания, буфет, кафетерий, кофейня, магазин кулинарии и другие.

При разработке методологии выбора рациональных (оптимальных) рецептов необходимо предприятия общественного питания классифицировать по ГОСТ Р50762-95:

- по степени централизации производства (с законченным производственным циклом – работающие на сырье, на полуфабрикатах, заготовочные и не имеющие производства – раздаточные);
- по характеру обслуживаемого контингента (с изменяющимся контингентом – общедоступные, с постоянным контингентом – пищеблоки при школах заводах и т.п.);
- по признаку специализации (комплексные, общего типа, специализированные по выпуску определённых видов продукции);
- по методу обслуживания (обслуживание официантами, самообслуживание);
- по наценочной категории и уровню обслуживания (люкс – рестораны, высшей – рестораны, кафе, бары; первой – рестораны, кафе, специализированные предприятия; второй – общедоступные столовые, кафе, специализированные предприятия, буфеты; третьей – столовые и буфеты, обслуживающие рабочих, служащих, студентов и учащихся).

Методы и организация исследования. В качестве объекта исследований были использованы: справочники известных рецептур, научные разработки рецептов авторов и технологии приготовления различных блюд, опыт предприятий общественного питания и пищевых производств и других источников.

При разработке методологии анализа и синтеза рационального выбора рецептов приготовления блюда - борща применяют или используют:

- общепринятые и специальные методы анализа и синтеза выбранных рецептов блюда;
- программное обеспечение, кодирование известных рецептов, программы и подпрограммы расчёта по выбору вариантов рациональной совокупности компоновочных решений; - известные и новые технологические процессы (технологии);
- режимы приготовления конкретного выбранного блюда («борщи»);
- технологического оборудования;
- специального режущего инструмента;

- известные и новые исполнительные органы в технологическом приготовлении блюда;
- оснастку и другие элементы, связанных с технологией приготовления пищевых изделий - блюд.

Для научного обоснования совокупности рационального (оптимального) выбора компоновочных решений, рекомендуемых для приготовления конкретного блюда, в качестве примера используем совокупность рецептов приготовления первого блюда – борща.

Качество выбранных рецептов и технологии его приготовления оценивалось по показателям:

- микробиологическим в соответствии с ГОСТ 10444.8-2013;
- органолептическим – по ГОСТ 27842;
- физико-химическим, предусмотренных ГОСТами [7-8].

Математическая обработка массива исходных данных проводилась с помощью пакета прикладных программ Borland Delphi Enterprise Version 7.0 и Delphi 5.0.

Результаты и их обсуждение. При разработке методологии анализа и синтеза рационального выбора рецептов приготовления первых и вторых блюд, авторы исследований базировались на новых и известных разработках рецептур, технологии, использования оборудования и исполнительных органов, обеспечивающих выполнение любого производственного процесса приготовления конкретных блюд.

Для реализации методологии анализа и синтеза рационального выбора рецептов приготовления различных блюд были разработаны блоки массивов (рис. 1) входных, исходных и выходных данных.

С помощью программного обеспечения различные блоки этих массивов с требуемыми данными (см. рис 1) содержат необходимую информацию для осуществления выбора требуемой совокупности рационального выбора рецептов конкретных блюд.

Для реализации методологии выбора рационального рецепта для выбранного блюда предложена схема анализа и синтеза рационального варианта выбора рецептур для приготовления различных блюд (рис.2), сущность которой состоит в анализе и синтезе различных массивов данных, и получения совокупности требуемых рациональных компоновочных решений выбора рецептов блюд, например, для блюда - борщ.

<p><i>Рецептурная проработка конкретного блюда РФ и кухня мира и по ингредиентам</i></p> <p>T={t₁, t₂...}</p> <p>а</p>	<p>K={k₁, k₂...}</p> <p><i>Технологическая проработка процессов приготовления блюд</i></p> <p>б</p>	<p><i>Совокупность рациональных технологических процессов для приготовления блюд</i></p> <p>M={m₁, m₂...}</p> <p>в</p>	<p><i>Совокупность рецептов блюд, способов и методов для приготовления</i></p> <p>R={r₁, r₂...}</p> <p>г</p>
<p><i>Нетехнологические сочетания рецептур, способов и обработки, недопустимы приготовления блюд</i></p> <p>E={e₁, e₂...}</p> <p>д</p>	<p><i>Сочетание технологических процессов, недопустимы для приготовления предлагаемых блюд</i></p> <p>F={f₁, f₂...f_n}</p> <p>е</p>	<p><i>Совокупность рациональных (оптимальных) компоновочных решений рецептур, рекомендуемых для приготовления блюд</i></p> <p>ж S={s₁, s₂...s_γ}</p>	

Рис. 1 Основные блоки массивов к схеме анализа и синтеза выбора варианта рациональной совокупности компоновочных решений рецептур приготовления блюд: а и б – массив рецептурной проработки блюд и процессов их приготовления; в и г – массивы совокупности технологических процессов и рецептур блюд; д и е – массивы нетехнологических сочетаний и недопустимых сочетаний технологических процессов; ж – совокупность рациональных компоновочных решений рекомендуемых рецептур

Предложенная схема анализа и синтеза выбора варианта рациональной совокупности компоновочных решений рецептур приготовления различных блюд может быть, с учётом разработки новых рецептур, существенно уточняться и дорабатываться.

Программным обеспечением также предусматривают диалоговый режим ввода необходимых дополнительных данных, а для некоторых совокупностей, которые не используют процессе анализа и синтеза, устанавливают временные ограничения доступа,

Методология выбора рационального варианта технологических процессов приготовления блюд и варианта рациональной совокупности компоновочных решений рецептур для приготовления блюд достаточно сложная и трудоёмкая задачи.

Для реализации методологии анализа и синтеза выбора варианта рациональной совокупности компоновочных решений рецептур разрабатывают программное обеспечение, кодирование известных рецептов, программы и подпрограммы расчёта по выбору вариантов рациональной совокупности компоновочных решений на ЭВМ, позволяющих значительно упростить поиск совокупности по выбору требуемых вариантов блюд. Количество исходных характеристик для различных массивов (см. рис. 2) при необходимости пополняют и уточняют, например, для первых или вторых блюд и других. Причём исходная информация должна быть достаточной для их описания, анализа, синтеза, оценки с учётом приемлемости ингредиентов рецептур, технологических приёмов приготовления пищи, использованного оборудования, технологической оснастки и других параметров.

При анализе и синтезе производят оценку по критериям рационального (оптимального) выбора компоновочного решения сформированной совокупностью S для приготовления конкретных рекомендуемых блюд. В качестве метода оценки выбора рациональных блюд могут быть приняты критерии:

- органолептический;
- технологический;
- экономический;
- биологический;
- химический и другие.

Анализ и синтез для совокупностей исходных массивов при рецептурной проработке конкретного блюда, например, для первых блюд и процессов их приготовления (см. рис. 1, а и рис. 2) формируют массив T с множеством возможных вариантов из конкретных рецептур по ингредиентам, который в формализованном виде можно представить совокупностью:

$$T = \bigcap_{\alpha \in L} t_{\alpha}, L = \{1, 2 \dots \alpha\}.$$

В технологической проработке процесса приготовления блюд используют различные приёмами приготовления блюд из совокупности K , которую можно характеризовать формулой:

$$K = \bigcap_{\beta \in M} k_{\beta}, M = \{1, 2 \dots \beta\}.$$

В анализе и синтезе исходных совокупностей массивов T и K пользователь данной методологии принимает различные ограничения, недопустимые для некоторых существующих рецептов при приготовления конкретных блюд, а также технологических процессов их приготовления (см. рис. 2), что обуславливает необходимость сформировать ограничения для совокупности F и E соответственно.

Возможные научно-обоснованными ограничения при анализе и синтезе рецептур технологии приготовления конкретных блюд пользователь может установить и предложить самостоятельно, например, следующие ограничения по:

- ингредиентам;
- биологическому и химическому составу;
- калорийности ингредиентов;
- возможному сочетанию и смешиванию;
- температуре выполнения технологического процесса приготовления блюда;
- продолжительности времени выполнения технологического процесса приготовления блюда;

- использованию технологического оборудования, рабочих камер и исполнительных органов;

- методам и приёмам приготовления полуфабрикатов и конкретного блюда (пар, вакуум, давление, температура, рабочая среда, пропитка, рассол, специи, БАД и пищевые добавки и другое).

Такое множество возможных вариантов (см. рис 2) сочетания технологических процессов F , недопустимых для некоторых существующих рецептов приготовления блюд (связанно с различными причинами пищевых технологий), которые в формализованном виде можно представить формулой:

$$F = \bigcap_{\varphi \in Y} f_{\varphi}, Y = \{1, 2 \dots \varphi\}.$$

Множество возможных вариантов нетехнологических рецептов, способов и методов обработки пищевых продуктов для сочетаний E (см. рис. 2), недопустимых для приготовления различных рецептов блюд можно записать сочетанием: $E = \bigcap_{\beta \in J} e_{\beta}, J = \{1, 2 \dots \beta\}.$

Важным этапом по каждому варианту различных массивов сочетаний (рис. 2) при анализе и синтезе исходных совокупностей массивов T и K и проработке конкретных блюд, а также процессов их приготовления является получение массивов M и R для совокупности M рациональных технологических процессов приготовления блюд и совокупности R для рецептов блюд, способов и методов приготовления блюд соответственно.

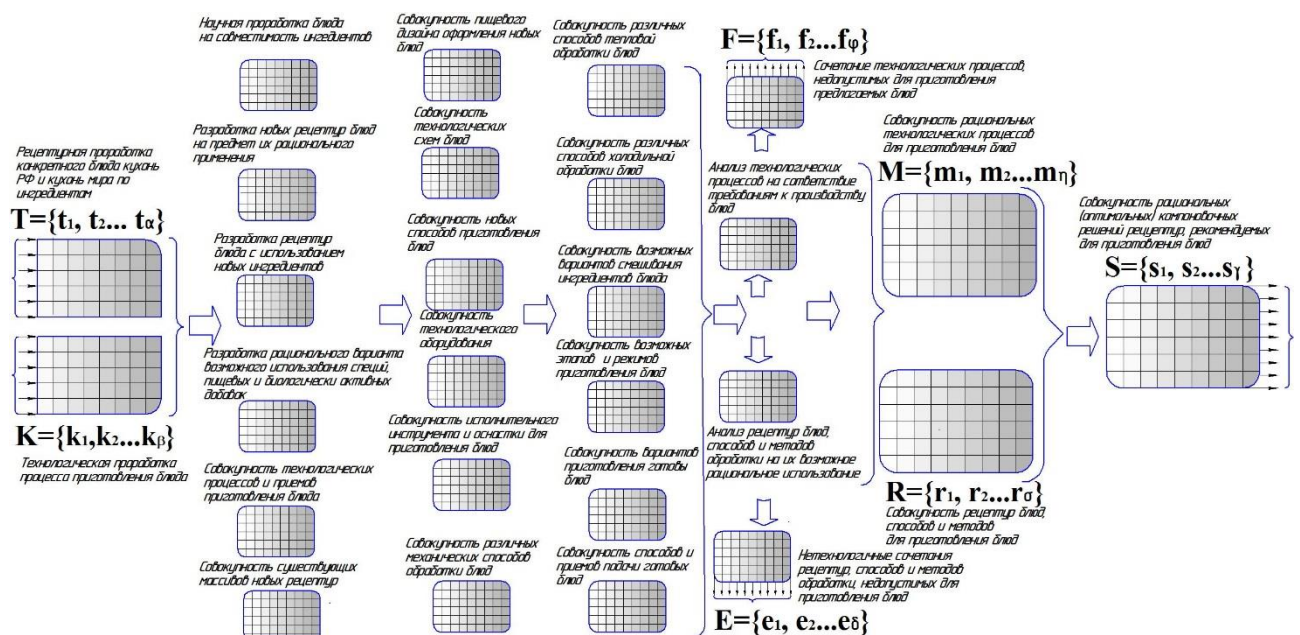


Рис. 2 Схема анализа и синтеза выбора варианта рациональной совокупности компоновочных решений рецептур приготовления блюд

Тогда совокупности M для технологических процессов приготовления блюд определяют:

$$M = \bigcap_{\eta \in B} m_{\eta}, B = \{1, 2 \dots \eta\}.$$

При проработке рецептов конкретных блюд, а также процессов их приготовления является получение совокупности R которую определяют: $R = \bigcap_{\sigma \in N} r_{\sigma}, N = \{1, 2 \dots \sigma\}.$

Затем формируют результирующие множества совокупностей T и $R : T \cap E = \{\phi\}$ и $R \cap E = \{\phi\}.$

Тогда итоговым результатом поиска вариантов рациональных (оптимальных) компоновочных решений рецептур S , рекомендуемых для приготовления конкретных блюд является совокупность, которую определяют:

$$S = \bigcap_{\lambda \in I} s_{\lambda}, I = \{1, 2 \dots \lambda\}.$$

Формирование множества компоновочных решений рецептур S происходит по условию:

$$S = (T \cap K)(\cup E)(\cup F).$$

Условием для существования совокупности рациональных (оптимальных) компоновочного решения рецептур, рекомендуемых предприятиям общественного питания является выражение:

$$\exists_{\lambda \in I} s_{\lambda} = \left[\left(\bigcap_{\eta \in L} t_{\eta} \right) \cup \left(\bigcap_{\mu \in M} k_{\mu} \right) \right] \cap \left[\left(\bigcap_{\beta \in J} e_{\beta} \right) \cup \left(\bigcap_{\varphi \in Y} f_{\varphi} \right) \right].$$

Для реализации данной методологии разработчик предусматривают программное обеспечение в автоматическом и диалоговом режимах, а также массивы кодирования основной и вспомогательной информации, позволяющую решить вопрос поиска рациональных вариантов для различных блюд.

Заключение. Благодаря предложенной методологии рационального выбора для конкретного блюда, где получают несколько вариантов рациональных компоновочных решений выбора рецептов (совокупность S), пользователь индивидуально принимает решение по каждому конкретному рецепту и окончательно рекомендует их использовать на предприятиях общественного питания различных типов и классов для приготовления конкретных первых или вторых блюд, удовлетворяющим требованиям потребителей.

Литература

1. Могильный, М.Л. Сборник технических нормативов. Сборник рецептур на продукцию общественного питания / М.Л. Могильный. - М.: ДеЛи плюс, 2011. - 1008 с.
2. Сборник рецептур блюд зарубежной кухни. /Под ред. проф. Васюковой А.Т. – М.: Издательский дом «Дашков и Ко», 2008. – 816 с.
3. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий: для предприятий общественного питания / под ред. А.И. Здобного, В.А. Цыганенко. – Киев: ООО Издательство «Арий»; М.: ИКТЦ Лада, 2010. – 680 с.: ил.
4. Здобнов, А. И. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий: для предприятий общественного питания / А. И. Здобнов, В.А. Цыганенко, М.И. Пересичный. - М.: Гамма Пресс 2000, 2002. - 656 с.
5. Титова, Л. М. Разработка технологии традиционных для русской кухни блюд на предприятиях общественного питания экспресс-обслуживания / Л. М. Титова, А. Х.-Х. Нугманов // Современные научные исследования. Вып. 1 / под ред. П.М. Горева и В.В. Утемова. - Концепт. - 2013. - URL: <http://e-koncept.ru/ext/25>. - Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. - ISSN 2304120X.
6. Нугманов А.Х. Оптимизация рецептуры многокомпонентных продуктов методами теории подобия и пути ее практической реализации / Нугманов А.Х., Титова Л.М., Алексанян И.Ю., Фоменко Е.В. // Техника и технология пищевых производств. - 2015. - №4. - С. 63-70.
7. ГОСТ Р 53104-2008. Услуги общественного питания. Метод органолептической оценки качества продукции общественного питания. - М.: Стандартинформ, 2009. - 15 с.
8. Химический состав и энергетическая ценность пищевых продуктов: справочник МакКанса и Уиддоусона: пер. с англ. / под общ. ред. д-ра мед. наук А.К. Батурина. – СПб.: Профессия, 2006. – 416 с.
9. Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности (ОКПД 2). Классификатор ОК 034-2014 (КПЕС 2008) с изменением №19 от 3 мая 2017 г. (Russian Classification of Product by Economic Activities) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Раздел «Законодательство». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163703/

ДИЗАЙН БЛЮД НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

А.И. Ремнев,

*доктор технических наук, доцент,
профессор кафедры технологии продуктов питания, НИУ «БелГУ»*

Н.И. Мячикова,

*кандидат технических наук, доцент,
зав. кафедрой технологии продуктов питания, НИУ «БелГУ»*

О.В. Биньковская,

*кандидат биологических наук,
доцент кафедры технологии продуктов питания, НИУ «БелГУ»*

Л.А. Ремнева,

ассистент кафедры рисунка, Харьковская академия дизайна и искусства

Аннотация. Пищевой дизайн – одно из старейших искусств по изысканному оформлению и украшению различных кулинарных блюд в общественном питании. Современное общество развивает, совершенствует и использует в пищевом дизайне различные известные элементы, которые превращают блюдо в пищевой шедевр.

Ключевые слова: пищевой дизайн блюд, методика и методологии дизайна, технологические процессы дизайна, приспособления, оснастка.

Введение. Для современного общества пищевой дизайн является частью повседневной жизни в питании человека и отдыхающих в туристической индустрии. Простой резной орнамент в ежедневных блюдах делает их более аппетитными и придает изящество столу, создавая атмосферу утонченных манер во время обеда. Пищевой дизайн с элементами фигурной резки по овощам и фруктам в кулинарии называют карвингом [1-7]. Это искусство, которое требует огромных усилий и мастерства, возникло на Дальнем Востоке и стало частью национальной традиции, передаваемой по наследству. В разных восточных странах пищевой дизайн основывается на разных технических приемах, которые отличаются друг от друга. Кулинарные традиции Тайланда богаты физической и духовной красотой, фантазией и изяществом, которые отражают образ жизни этого народа, а тайский пищевой дизайн характеризуется элегантностью и артистизмом. Это искусство в наши дни притягивает не только профессионалов, но и любителей.

Методы и организация исследования. Известно, что «пищевой дизайн» или «**Food-design**» – это одно из новых направлений технологических процессов украшения различных блюд, а карвинг (англ. *carving* или *curving*) – основан на процессах «резная работа», «резной орнамент», или резьба по овощам и фруктам, дереву, льду и камням.

Пищевой дизайн ассоциируют с двумя отдельными направлениями: гастрономическими (пищевыми) экспериментами шеф-поваров или дизайном упаковки. В Европе под этим термином подразумеваются не только эстетические приемы, но и целая культурно-философская концепция исследований, включающая методологию комплексного подхода к презентации и изготовлению блюд или продукции общественного питания, сотрудничество и обмен опытом между различными специалистами: дизайнерами, технологами и шеф-поварами. Под руководством этих категорий специалистов-дизайнеров еду, как одну из самых древних форм самовыражения народа, превращают в объект и средство коммуникации общества.

Анализ и синтез методологии исследований в контексте пищевого дизайна основан на следующих ключевых словах, зафиксированных в официальном манифесте «**Food-Design**» (2006 г.), который разработал автор направления «пищевой архитектуры» Paolo Barichella: функциональность, эстетичность, эргономичность, практичность, технологичность, прогрессивность, инновационность, экономичность, соотношение цены и качества, потребительский спрос и так далее.

Основное отличие пищевого дизайна от промышленного или от предметного – это **связь формы, функции с определенным продуктом питания или рецептом, что является** своеобразным поиском новых моделей, отношений в культуре потребления, анализа изменений в пищевых отраслях, разработки новых ритуалов и оформления различных блюд.

В процессе работы над пищевым дизайнерским проектом используют рациональные принципы, характерные для любого другого типа и формы творчества, например, геометрическая композиция, продуманные цветовые сочетания, соотношение холодного и горячего, использование контрастных элементов, световых эффектов и другие. В рамках развития направления пищевого дизайна необходимы знания не только по истории кухонь мира, их рецептур, правил дегустации, этикете стола, но и изучение стилей, обычаев народов, понятий о моде, рассмотрение новых тенденций пищевого дизайна, принципов проектирования, микробиологии, маркетинга и других.

Пищевой дизайн стоит на службе еды, а не наоборот. Еда является основой компонентов дизайнерского проекта, в котором разрабатывают блюда. Стильная посуда, красивые столовые приборы, функциональные кухонные аксессуары способствуют процессу ее потребления путем усиления вкусовых ощущений и аппетита. В основе рассматриваемого проекта лежит функциональная концепция, где тарелку проектируют для конкретного блюда, которым славится некий ресторан; упаковку разрабатывают, чтобы подчеркнуть характеристику определенного продукта, бокал – для потребления коктейля во время мероприятия, организованного производителем алкоголя.

Не последнюю роль в любой культуре уделяют оформлению интерьера зала, а также сервировке стола и украшению блюд. Желание человека поесть не только вкусно и сытно, но и красиво, явилось предпосылкой для возникновения и развития кулинарного пищевого дизайна – оригинального искусства – путем создания дизайнерских пищевых шедевров из фруктов и овощей и других пищевых продуктов (рис. 1). На сегодняшний день пищевому дизайну (карвингу) в России обучают факультативно в школах, институтах и университетах.



Рис. 1. Примеры оформления блюд с использованием элементов пищевого дизайна

В пищевом дизайне можно выделить несколько стилей фруктово-овощного карвинга: китайский, японский, тайский и европейский. Но многие специалисты отмечают,

что наиболее изящным можно назвать тайский вариант и считают их основоположниками этого кулинарного искусства.

Безусловно, природа Таиланда предоставляет широкий спектр возможностей для художественного мастерства по пищевому дизайну (карвингу) [1-7], щедро одаривая местных жителей множеством разнообразных диковинных плодов, при обработке которых фантазии для мастеров-дизайнеров могут быть поистине безграничны.

При моделировании технологических решений пищевого дизайна различают стили не только по методу резки, но по стилям в зависимости от используемых овощей и фруктов, произрастающих на том или ином континенте. Например, для стилей: «азиатского» пищевой дизайн представляют овощами и фруктами, которые в России назовут экзотическим, а для «европейского» применимы кабачки, баклажаны, тыква, лук, капуста, свекла, морковь и другие.

Для того чтобы научиться создавать шедевры фруктово-овощного пищевого дизайна необходимо изучить методологию, технологический процесс моделирования композиций (рис. 2) и освоить технологию системного подхода (рис. 3) по их формированию, что требует приложения творческого подхода к их решению. Так, например, профессионалы-дизайнеры используют по специальному заказу изготовленные оригинальные инструменты, но большинство мастеров могут обходиться одним острым тайским ножом, вероятно, это дело терпения и практики.



Рис. 2. Использование пищевого дизайна при оформлении праздничного стола

Результаты и их обсуждение. Разработка наиболее рационального (оптимального) технологического процесса при пищевом дизайне требует тщательной проработки композиций из овощей и фруктов, а сам процесс выполняют на специализированных рабочих местах предприятий общественного питания с помощью специального или универсальных инструментов, оснастки и другого.

После проведения специалистами предприятий общественного питания сбора, анализа информации, изучение существующих технических процессов, нормативных документов, использование накопленного опыта, патентно-лицензионной, научной проработки дизайна сервировки праздничного стола и так далее, включая экспериментальные исследования, приступают к разработке и внедрению наработок по пищевому дизайну (рис. 3).



Рис. 3. Схема логистического моделирования с элементами системного анализа и синтеза пищевого дизайна по овощам и фруктам

Назначение пищевого дизайна для пищевого продукта содержит совокупность потребительских свойств, направленных на художественное оформление с максимально уточненной и четко сформулированной задачей дизайна по оформлению праздничного стола.

Технологический процесс, инструмент и оснастка. В технологическом процессе основными составляющими компонентами пищевого дизайна (рис. 4) являются элементы:

1. Формулирование общей задачи дизайна.
2. Характеристики целевой функций $F(x)$ при дизайне стола.
3. Характеристики функций входа X для исходного сырья.
4. Характеристики функций выхода продукции пищевого дизайна Y (количественные и качественные показатели оформления стола; сведения о содержании дизайна, компоновке праздничного стола и т.д.).
5. Характеристики воздействия внешней среды A на пищевой продукт.
6. Характеристики воздействия на посетителя B :
7. Характер работы специалиста-дизайнера.
8. Характеристики требований техники безопасности и др.

По каждому из пунктов технологического процесса по пищевому дизайну должны быть даны количественные и качественные характеристики. Каждая задача по пищевому дизайну обеспечивает выполнение какого-либо элемента технологического процесса оформления стола, результат которого должен быть полезен человеку.

В общем случае технологический процесс для пищевого дизайна (рис. 4) состоит из таких составных частей (этапов) или элементов:

- выполнение конкретных технологических операций для отдельных элементов композиций овощей и фруктов;
- установки (до обработки ориентация или переустановка в приспособлении) для отдельных элементов композиций овощей и фруктов на конкретной операции, например, установ A или B ;

- позиции для отдельных элементов композиций овощей и фруктов конкретной операции, например, позиция I, II ... и до K;
- переходы для отдельных элементов композиций овощей и фруктов конкретной операции, например, переходы 1, 2 ... и до n;
- ходы для отдельных элементов композиций овощей и фруктов для обеспечения условий выполнения конкретной операции, например, рабочие и вспомогательные;
- приемы для отдельных элементов композиций овощей и фруктов (на рис. 4 не показаны) для выполнения конкретной операции.

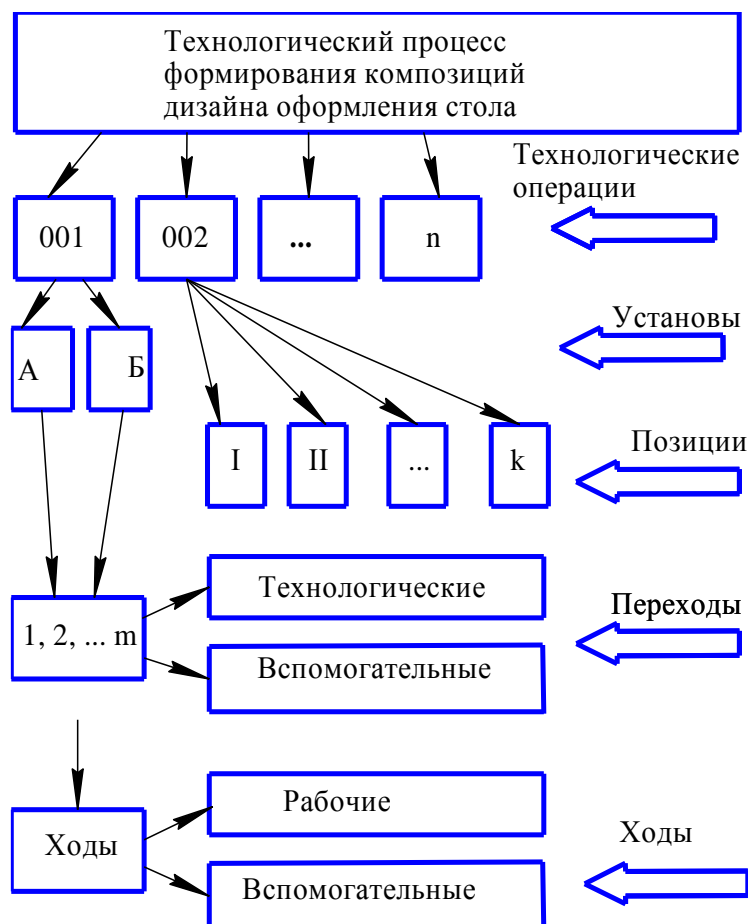


Рис. 4. Общая структура элементов технологического процесса по пищевому дизайну

Для того чтобы начать обучение искусству пищевого дизайна из овощей и фруктов, необходимы:

- набор специальных инструментов (рис. 5) (при отсутствии можно воспользоваться специальными ножами для овощей и фруктов);
- инструкции по использованию приспособлений, инструмента и оснастки;
- требуемое количество овощей и фруктов;
- знание технологического процесса пищевого дизайна;
- фантазия и художественный вкус специалиста-дизайнера.

Последний пункт, кстати, самый сложный, так как приобрести фантазию и художественный вкус гораздо сложнее. Поэтому, приобретая опыт, в первое время рекомендуется использовать те приемы и фигурки, которые решают задачу создания композиции. В дальнейшем, после того, как ученик-дизайнер полностью овладеет технологией и техникой пищевого дизайна овощей и фруктов, можно будет приступать к самостоятельной разработке образов для украшения повседневного или праздничного стола.

Изготовить надлежащий инструмент специалист-дизайнер может самостоятельно или приобрести стандартный набор инструментов для пищевого дизайна в специализированном магазине.

Используя основными приёмы пищевого дизайна для овощей и фруктов, можно получить цветочные композиции, листочки, различные виды птиц и зверей, а мастера-дизайнеры кулинарного искусства создают настоящие художественные картины (см. рис. 2).



Рис. 5. Набор инструментов для пищевого дизайна с комплектом фигурных высечек

Заключение. Суть пищевого дизайна заключается в сочетании креативного подхода к продуктам питания, процессу приготовления и подачи блюд. Повара знают, что сначала человек «ест глазами», и именно поэтому применение простых и сложных элементов пищевого дизайна, которые придают изящество повседневным блюдам, оригинальная подача, необычная сервировка позволяет выделить блюдо среди аналогов, подаваемых в других предприятиях общественного питания.

Таким образом, и дизайн блюд, и вся обстановка предприятия общественного питания преследуют одну цель – сделать пребывание гостей максимально приятным и комфортным.

Литература

1. Пасечко, Л.А. Карвинг в России: моделирование и системный анализ технологических процессов / Л.А. Пасечко, Т.А. Стужная, А.И. Ремнев, Е.Г. Шошина, Л.А. Ремнева // Актуальные вопросы современной науки: материалы международной научно-практической конференции, Курский институт кооперации (филиал) БУКЭП. – Курск, 2014. – С.103-114.
2. Прохазка, Людек. Украшения из овощей для праздничного стола. Кн. 1. /Л. Прохазка. – М. : Арт-Родник, 2010. – 80 с.
3. Прохазка, Людек. Украшения из овощей для праздничного стола. Кн. 2. /Л. Прохазка. – М. : Арт-Родник, 2010. – 96 с.
4. Матвеева, Е. Карвинг. Мастер-классы по украшению блюд / Е. Матвеева. – Ростов н/Д. : Феникс. 2013. – 93 с.
5. Махлис, А.А. Карвинг. Декоративная резьба по овощам и фруктам: учебное пособие для вузов / А.А. Махлис, А.Л. Сагайдачная. – М. : Владос. – 152 с.
6. Мишина, А.В. Карвинг. Мастер-класс / А.В. Мишина. – М. : Carving Academy, 2009. – 62 с.
7. Кузнецова, М.Е. Цветы из овощей. 32 модели за 30 минут / М.Е. Кузнецова. – М. : АСТ-ПРЕСС, 2011. – 80 с.

КРАУДСОРСИНГ – СОВРЕМЕННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

А.В. Рогова,
кандидат социологических наук,
старший преподаватель
кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»

Аннотация. Отражена уникальная возможность краудсорсинга, как современной технологии, позволяющая включить потребителя в производство туристских услуг. Туристские проекты, которые реализуются с участием населения сегодня более успешны, чем властные инициативы, так как позволяют гражданам ощутить собственную значимость. Выявлены особенности применения краудсорсинга в туризме.

Ключевые слова: краудсорсинг, туризм, социальная технология, перспективы развития, краудфандинг, методы краудсорсинга.

Введение. Туристская привлекательность выступает одним из ключевых факторов конкурентоспособности территории в борьбе за целевые группы туристов. Во многом ее формируют предпочтения местных жителей, зависящие от природных, исторических, экономических и других факторов, определяющих возможности удовлетворения возникающего туристского спроса.

Краудсорсинг в настоящее время перестает быть только социальным инструментом, с помощью которого решаются многие проблемы в обществе, но и является современной технологией развития туризма в стране. Новые информационные технологии, а также удешевление массовых коммуникаций, позволяют краудсорсингу, оформиться в очень действенную и эффективную социальную технологию для развития туристической деятельности в регионе. Актуальность данной темы исследования выражается в том, что на сегодняшний день краудсорсинг является достаточно недорогим способом привлечения коллективного разума и использования знаний и навыков граждан к решению важных вопросов туризма, достижению продуктивных целей или конкретного результата и реализации реальных туристических проектов или конкретного результата.

Методы и организация исследования. При проведении исследования использовался комплекс взаимодополняющих методов: информационный поиск, сравнительный метод, анализ и систематизация научных публикаций и материалов СМИ по исследуемой проблеме. В качестве источников информации для проведения исследования использовались труды отечественных и зарубежных специалистов в области краудсорсинга.

Результаты и их обсуждения. Внедрение в повседневную жизнь информационных технологий позволило обществу осуществлять массу идей, реализация которых ранее была невозможна. Использование технологии в различных сферах привело к возможностям развития и расширения туристического бизнеса, где наблюдается ужесточение конкуренции и есть необходимость в оперативном принятии решений без особых вложений.

По итогам исследования было сформировано определение:

Краудсорсинг - это разновидность онлайн-активности, основанной на участии, при которой индивид, некоммерческая организация или коммерческая компания в форме открытого призыва предлагает группе индивидов, которая может варьироваться по уровню знаний, составу и размеру, выполнить определенное задание. Это задание, может отличаться по сложности и структуре и для его выполнения участники используют свой труд, деньги, знания или опыт. Реализация задачи приносит взаимную выгоду исполнителю

и инициатору. Пользователи получают удовлетворение определённой потребности (экономическое вознаграждение, признание, самоуважение, или развитие личных навыков), в то время как инициатор получает и будет использовать в своих интересах то, что сделали пользователи (форма конечного продукта зависит от типа задания) [1, С.169].

Инструменты краудсорсинга проникли в самые разные сферы, например, в индустрию туризма, и связанные с ним практики крайне разнообразны.

В процессе планирования отдыха возрастающее число людей предпочитает самостоятельно формировать туристический продукт, посредством прямых контактов с владельцами его компонентов – принимающей стороны. Часть туристов делает такой выбор в силу желания сэкономить на комиссионных отчислениях туроператором, а кто-то стремится к индивидуальному путешествию и свободе. Все это предопределило развитие краудсорсинга в туризме в сферах гостеприимства и общественного питания. Он также присутствует в «продуктовых» инициативах гостей в составлении меню и индивидуального набора услуг гостиницы [5, С.160].

Для рассмотрения сущности технологии краудсорсинга в туристической деятельности, нами рассмотрено несколько направлений, которые позволяют понять необходимость использования краудсорсинга в сфере туризма.

Первое направление использования краудсорсинга в туризме – это преобразование городских и сельских туристских дестинаций путем вовлечения местного населения. Привлечение туристов в туристские дестинации невозможно без активного участия граждан, непосредственно, проживающих на данной территории. Они должны показать всю красоту и преимущества местности со всех ее сторон.

Второе важное направление реализации методов краудсорсинга в туризме – это формирование имиджа туристской дестинации и реклама туристского продукта с помощью массового сознания [2, С. 191].

Процесс создания бренда необходимо проводить в несколько этапов, на каждом из которых основными участниками являются жители города:

1) Исследование на выявление городской идентичности – сплошное исследование мнения о городе онлайн на сайте и оффлайн путем анкетирования в специальных пунктах, интервью с лидерами мнений разных групп населения;

2) Формирование концепции будущего бренда – разработанные концепции бренда оцениваются жителями города, лидерами мнений, а уже финальные решения принимаются при участии депутатов муниципалитета;

3) Визуализация бренда – на утверждение общественности представляются несколько вариантов реализации концепции;

4) Поддержка бренда – на сайте городской администрации необходимо объявить конкурсы на варианты продвижения бренда. Кросс-идея поможет городу определить направления деятельности по управлению брендом: образовательные программы, волонтерская помощь, улучшение городской среды, распространение товаров и услуг город [10, С. 27].

Третье направление реализации методов краудсорсинга в туризме является создание новых видов туризма: социального, волонтерского туризма и каучсерфинга.

Социальный туризм – это способ организации путешествий при помощи «сервисов социальных рекомендаций». Выше уже указывалось, что туристы постепенно устают от классических туристических продуктов и ищут новые способы организации путешествий, чтобы познакомиться с аутентичной средой интересуемой дестинации [3, С.117].

Таким образом, реализуя функцию помощи туристу при планировании путешествия, сервисы социальных рекомендаций к путешествиям еще и генерируют в массовом сознании образ конкретной туристской дестинации, осуществляют массовую рекламу.

Краудсорсинг также способствовал появлению такого вида туризма как каучсерфинг, где используется принцип массового участия. В целом, это идея гостевой сети, реализованная через интернет-сервисы, действует по принципу «обмена

гостеприимством»: сообщество людей, которые готовы предоставлять друг другу помощь и ночлег во время путешествий в дальнейшем также получают право на то, что их примут в интересующей их туристской дестинации. По разным данным подобные сервисы объединяют до 7 млн. человек [7, С. 335]. В настоящее время существуют зарубежные сайты с частичной русской локализацией – swap-house.com, c-surfing.club.

Туристические кампании уже давно осознали, что краудсорсинг – отличный инструмент бизнеса во взаимодействии с новой практически неограниченной группой исполнителей, дающий целый ряд преимуществ по сравнению с традиционным наймом персонала для реализации проектов [9, С. 192]. Это определяется большим количеством участников процесса создания продукта либо услуги и дешевизной использования интеллектуального ресурса, так как исполнители не получают оплату за свой труд, получением дополнительной прибыли и возможностями нестандартных решений проблем. Общая схема реализации технологии краудсорсинга представлена на рисунке 1.

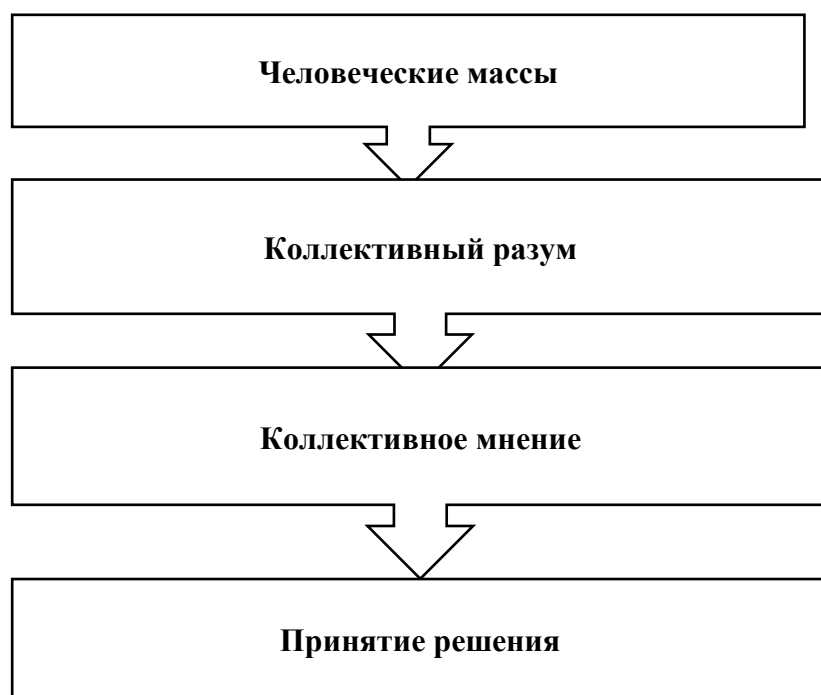


Рис. 1.Функционирование технологии краудсорсинга

Использование «коллективного интеллекта» обеспечивает:

- совместное творчество в коллективных проектах;
- доступ к внешним ресурсам, которые не принадлежат компании;
- привлечение носителей уникальных компетенций, экспертов в своем деле;
- свободу творчества в рамках поставленной задачи;
- нематериальную и материальную (оплата решений) мотивацию участников краудсорсингового проекта;
- добровольное участие в краудсорсинговых проектах;
- наличие единой краудсорсинговой платформы с использованием информационных и коммуникационных технологий;
- создание благоприятной атмосферы для развития креативных и коммуникационных способностей участников краудсорсинговых проектов;
- обмен идеями, информацией, знаниями из междисциплинарных областей;
- привлечение профессионалов, работающих в экономической, социальной, культурной, юридической, научно-технической и других сферах.

В последнее время все большую популярность приобретает, так называемый, и волонтерский туризм [11, С. 201]. Это такой вид туризма, когда желающие платят деньги за возможность поехать в развивающиеся страны и работать там волонтером – строить школы, больницы, учить детей и др. По всему миру волонтерским туризмом охвачено уже более 1,5 млн человек и рост продолжается. Существуют специальные сайты, где можно подобрать интересный волонтерский проект [4, С. 394]. Здесь, как нигде, реализуются принципы краудсорсинга, появление подобного вида туризма было бы не возможно без коллективного участия.

Краудсорсинг в туризме используется для создания рекомендательных сервисов, коллективных покупок туров, формирования выгодных схем перелета и проживания, создание народных энциклопедий и карт, экотуризма, краудфандинга и возможности реализовать отпуск по обмену [12, С. 55]. Мы считаем, что краудсорсинг демонстрирует достаточно эффективные приемы использования массовой активности для тех или иных целей развития туристической сферы, поэтому может быть использован как метод в решении задач улучшения туристской привлекательности городской среды.

Суммируя и подводя общие итоги, выделим следующие некоторые направления использования приемов краудсорсинга в туризме [8, С. 66]:

- 1) формирование имиджа, бренда территории;
- 2) совершенствование туристской дестинации;
- 3) создание туристического продукта;
- 4) простая помощь туристам в планировании и финансировании туристической поездки.

Заключение. Краудсорсинг демонстрирует достаточно эффективные приемы использования массовой активности для тех или иных аспектов туристической реальности. Тем не менее, нельзя забывать о высоких рисках, когда вы обращаетесь за помощью к толпе. Какой бы призыв вы не кидали в толпу, вы всегда рискуете быть не услышанным. Никто заранее не знает, какая идея найдет отклик у миллионов, а какая только у десятка человек. Есть и другая проблема использования краудсорсинга – это фильтрация «социального шума». Из тысячи предложений лишь десятки могут быть достойны внимания, несколько близки к реальности и лишь одно гениально. Впрочем, возможно все сведется лишь к пустому «сотрясанию воздуха». В качестве заключительных замечаний отметим, что к краудсорсингу, как к любому популярному, модному явлению, необходимо относиться взвешенно и даже с определенной долей скептицизма. Как показал наш анализ, краудсорсинг обладает как вполне очевидными достоинствами, так и не менее очевидными недостатками, и последние игнорировать нельзя, если конечно вы хотите добиться успеха в реализации своих проектов. Изучение особенностей применения краудсорсинга позволяет сделать вывод, что использование индивидуального и коллективного потребительского опыта, интеллекта и коммуникационного потенциала с целью улучшения конечного товара или услуги все чаще используется в туризме.

Литература

1. Об основах общественного контроля в Российской Федерации [Текст]: федер. закон от 21.07.2014 №212-ФЗ // Российская газета, 2014, № 6435, ст. 169.
2. Об общественных объединениях: федер. закон от 19.05.1995, № 82-ФЗ (с изм. и доп., вступ. в силу с 20.03.2015) // Российская газета, 2015, № 6623, ст. 191.
3. О некоммерческих организациях: федер. закон от 12.01.1996, № 7-ФЗ (с изм. и доп., вступ. в силу с 20.03.2015) // Российская газета, 2015, № 6623, ст. 117.
4. Герасимов, Б.Н. Социальные технологии в управлении / Б.Н. Герасимов, В.Г. Чумак; Федеральное агентство науч. орг. Самарский науч. центр РАН, М-во образования и науки РФ, Международный ин-т рынка. – Самара: СНЦ РАН, 2014. – 394 с.
5. Дьюи, Д. Общество и его проблемы / Д. Дьюи. – М.: Идея, 2002. – 160 с.

6. Дятченко, Л.Я. Социальные технологии в управлении общественными процессами / Л.Я. Дятченко. – М.: Белгород: Центр соц. технологий, 1993. – 324 с.
7. Иванов, В.Н. Социальные технологии в современном мире / В.Н. Иванов. – М.: Славянский диалог, 2006. – 335 с.
8. Бабинцев, В.П. Проблемы и противоречия процесса технологизации государственного и муниципального управления в регионе / В.П. Бабинцев // Научные ведомости БелГУ. Серия «Философия. Социология. Право», 2007, № 2(33). – С.66-73.
9. Борисова, С.И. Практическая польза краудсорсинга / С.И. Борисова // Интернет-маркетинг, 2013, Т. 3, №75. – С. 184-192.
10. Бударина, О. А. Имидж власти : сущность, структура, восприятие / О. А. Бударина // Актуальные проблемы политики и политологии в России. – М.: Изд-во РАГС, 1999. – С. 27–34.
11. Булавкина, Л.В. Краудсорсинг на службе маркетинга / Л.В. Булавкина // Маркетинговые коммуникации, 2012, №70. – С. 201-203.
12. Brabham D. Crowdsourcing: A Model for Leveraging Online Communities // The Routledge Handbook of Participatory Cultures. – 2011. - Vol. 3. – № 3. – Pp. 55-57.

К ВОПРОСУ О ТЕНДЕНЦИЯХ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ)

Н.О. Сабанина,

кандидат исторических наук, доцент

ОЧУ ВО «Международный инновационный университет», г. Сочи

Н.В. Кузнецова,

зам. начальника учебного отдела, старший преподаватель

ОЧУ ВО «Международный инновационный университет», г. Сочи

Аннотация. В статье рассматриваются тенденции развития внутреннего туризма на примере Тульской области, а также роль индустрии туризма в развитии социально-экономического сектора российских регионов.

Ключевые слова: туризм, туристская деятельность, внутренний туризм, законодательное регулирование, кластер, агротуризм, промышленный туризм, экстремальный туризм молодёжный туризм.

Туризм – одна из наиболее популярных видов отдыха у множества людей во всём мире. Туризм является фактором, способствующим поступательному развитию экономики любого региона, в частности он оказывает позитивное влияние такие отрасли хозяйства как: коммунальная сфера, строительство, транспорт, производство товаров народного потребления, сельское хозяйство и др. [14]

Немаловажное влияние туризм оказывает на решение социальных проблем региона, поскольку благодаря развитию туризма создаются новые рабочие места, как следствие, повышается уровень жизни населения, повышается уровень образования, совершенствуется система медицинского обслуживания населения, внедряются новые средства распространения информации и др.

Не менее важно и то, что туризм способствует укреплению здоровья, расширяет познания людей об окружающем мире, способствует сближению мировых культур.

Важность для экономики нашей страны поступательного развития туристической сферы признают и органы государственной власти. В частности, ещё в декабре 2012 г. Правительством РФ была Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013 – 2020 годы. В данном документе делается акцент на необходимости развития туристической сферы как одного из направлений формирования в

нашей стране инновационной, социально ориентированной экономики, которая во главу угла ставит высокий уровень жизни населения. [4]

Законодательное регулирование туристической деятельности в Российской Федерации возможно как на уровне федеральном, так и на уровне субъектов.

Федеральный уровень представлен, прежде всего, Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», в соответствии с которым принимаются иные федеральные законы и подзаконные акты.

Региональный уровень представлен нормативно-правовыми актами субъектов, которые принимаются в соответствии с федеральным законодательством и не должны ему противоречить. [10]

В соответствии со ст. 3 Федерального закона от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристская деятельность провозглашена одной из приоритетных отраслей экономики [1], что объясняется важной ролью туризма в системе экономических отношений России.

В настоящей статье мы предлагаем сосредоточить своё внимание на проблеме внутреннего туризма, на примере Тульского региона. Прежде, чем коснуться её обсуждения, на наш взгляд, необходимо определиться с терминологией.

К понятию «туризм» Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» относит временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания. [4]

Внутренний туризм определяется вышеназванным законодательным актом как путешествия в пределах Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации. [11]

Наряду с федеральным законодательством, вопросы туризма в нашей стране регулируются и на уровне субъектов. В частности, Правительством Тульской области была утверждена Стратегия развития туризма на территории Тульской области на период до 2035 года, в которой было закреплено позиционирование Тулы как главной мастерской страны [3].

Кроме того, в Тульской области имеет место ещё целый ряд нормативных документов, регулирующих вопросы туризма и туристической деятельности в регионе, наиболее значимым из них является Закон Тульской области от 21 марта 2001 года N 238-ЗТО «О туристской деятельности на территории Тульской области» (с изменениями на: 31.05.2018)[2].

История, культура, научно-технический и рекреационно-оздоровительный потенциал Тульской области в сфере туризма является неоспоримым. Наш край всегда славился своим оружием, пряниками и самоварами. Богата наша земля и талантами. Тульский край рождал всемирно известных поэтов, писателей, художников, музыкантов, государственных деятелей и изобретателей. Множество в нашей области самых различных музеев: искусств, музеи-заповедники, краеведческие, изобразительных искусств, художественных, современных музеев, а также памятников истории и архитектуры. Всего на территории области насчитывается 63 музея, 33 природных памятника и 213 памятников истории, 87 военных памятников, 328 памятников архитектуры и 38 парков и скверов, а также ряд других достопримечательностей [7].

Несомненными брендами Тульской земли можно назвать: оружие, тульскую гармонь, тульский пряник, белевскую пастилу и кружево, филимоновскую и тульскую городскую игрушку, суворовские конфеты, а также музей-усадьбу Л.Н. Толстого «Ясная Поляна».

В настоящее время в Тульском регионе при поддержке губернатора Алексея Дюмина проводится большая системная работа по сохранению исторического наследия и

формированию новых культурных пространств: приводятся в порядок памятники истории и архитектуры, открываются новые музеи, креативные городские площадки для молодежи. С каждым годом регион привлекает все больше российских и зарубежных туристов, становясь точкой притяжения для всех любителей русской старины, а так же местом проведения крупнейших культурных, исторических и общественных мероприятий.

Ключевым моментом в сфере развития туризма в области в 2017 г. стало открытие новой современной мультимедийной экспозиции в Тульском государственном музее оружия, отражающей достижения отечественной оружейной мысли от окончания Второй мировой войны до наших дней. Открыта первая в России международная фестивальная площадка «Среднерусская возвышенность», которая работает ежедневно в течение всего летнего сезона [12].

За последнее время в Тульской области открыто 6 новых отелей и хостелов общей вместимостью более 440 мест. На сегодняшний день в области 8 гостиниц прошли классификацию и соответствуют международным требованиям и стандартам, в том числе «SK Royal Hotel Tula» 5* на 150 номеров, «Армения» 4* на 108, «ИмператорЪ» 4* на 28 номеров. Гостиница «Подворье» победила во Всероссийском конкурсе «Лучшие отели России – 2016» в своей категории [13].

Кроме того, всё большую популярность в нашем крае набирает такое направление как агротуризм. Поклонники такого отдыха отправляются на ферму, чтобы окунуться в сельскую жизнь и изнутри узнать о ее особенностях. Власти Тульской области рассматривают сельский туризм в качестве перспективного направления в стратегии развития туризма в регионе до 2035 года.

В Тульской области в настоящее время работают порядка 15 объектов сельского туризма. Большинство из них расположены в Заокском и Ясногорском районах, граничащих с Московской областью. Среди перспективных объектов в сегменте сельского туризма можно выделить парк животных и птиц «Епифанское подворье» (Кимовский район), «Яснополе» (Ясногорский район).

В основном предприятия сельского туризма работают в форме крестьянско-фермерских хозяйств. Учитывая, что сельский туризм находится на стыке компетенций нескольких органов исполнительной власти, для развития данного направления необходим комплексный подход и слаженная работа нескольких органов исполнительной власти [103].

На границе Тульской и Московской областей начал работу агрохаб – новое пространство с фермерской ярмаркой, зоной отдыха, локаворским кафе и цехом по переработке фермерских продуктов.

Представители организаций сельского туризма сообщили, что отличительной особенностью данного вида деятельности является интеграция отдыха в процесс занятия сельским хозяйством, поэтому основными являются вопросы, связанные с категориями земель и видами разрешенного использования земельных участков.

Практикуется в Тульской области и зоотерапия, напрямую связанная с эко и агротуризмом. Она направлена, прежде всего, на реабилитацию детей с аутизмом и детским церебральным параличом, а также данный вид туризма используется как психопрофилактика стресса и усталости для людей, уставших от мегаполиса. Тем самым, социальная и оздоровительная значимость данного вида туризма неизмеримо возрастает. Люди получают возможность не просто напрямую пообщаться с природой, но и пройти курс реабилитации, получить оздоровительный эффект от общения с животными.

Активизируется в области и работа по развитию промышленного туризма: туристов начали принимать Болоховский хлебозавод и рыбноводческое предприятие «Приокское».

Индустриальный туризм – один из приоритетных видов туризма для Тульской области, учитывая богатое промышленное наследие региона. Основной формой промышленного туризма является промышленная экскурсия, то есть ознакомление посетителей с частью производственного процесса. Промышленный туризм в Тульском регионе достаточно тесно переплетается с гастрономическим. Посещение объектов и

предприятий пищевой промышленности с включением в программу интерактивных экскурсий, мастер-классов и дегустаций все более популярны среди туристов, которые хотят собственными глазами увидеть всю цепочку создания продукта. Современных туристов привлекает не только осмотр достопримечательностей, знакомство с храмами, памятниками и музеями, но и знакомство с местной кухней [8].

Особый интерес для туристов представляют экскурсии на производство предприятий оборонного комплекса. В настоящее время на многих из них, например, Туламашзавод, Тулаточмаш, открыты лишь музейные экспозиции. Работа по открытию для туристов части производства требует дополнительной проработки с соответствующими организациями и предприятиями.

Также новое и перспективное направление - продвижение и популяризация автотуризма в регионе, которое включает в том числе путешествие на автодомах – караванерах. Автомобильный туризм, в том числе, караванинг является эффективным, не требующим значительных инвестиций направлением развития туристической отрасли. Оборудование соответствующих площадок может решить вопрос размещения туристов на ночлег.

По инициативе комитета Тульской области по развитию туризма формируется база земельных участков, пригодных для обустройства кемпстоянок. Уже намечены наиболее приоритетные с инвестиционной точки зрения места для строительства автокемпингов – это земельные участки в Богородицком, Одоевском, Кимовском районах. Учитывая, низкие, по сравнению с гостиницами, стоимость организации кемпстоянок, создание инфраструктуры караванинга, является привлекательным направлением для малого и среднего бизнеса.

В рамках развития экстремального туризма формируется база объектов интересных для любителей экстремального туризма, в ее состав уже вошли Форино, «Заречье Вилладж» (Заокский район, 2 км от Симферопольского шоссе, коттеджный поселок Заречье Вилладж), «Долина X», «Малахово», «Некрасово», «Груммант», а также спортивно-развлекательный парк-отель «Цитадель» (Тула, п. Рождественно) и клуб активного отдыха «Action» (Алексинский район, д. Айдарово).

Не остаются без внимания и необычные направления которые так популярны у молодежи, например, спелеотуризм, рассчитанный на индивидуальных туристов-исследователей или маленькие группы. Так, например, в деревне Бяково Веневского района сохранился вход в старые штольни, в которых велась добыча камня в предыдущие столетия. Подземные ходы растянулись на сотни километров. Изюминкой этих пещер является подземное голубое озеро, так и приманивающее туристов. Еще один интересный объект – это «Араповский подземный монастырь» вблизи города Новомосковска, существует также версия, что Араповская пещера – остатки оборонительного сооружения использовавшегося для защиты города-крепости, находящегося на месте современного села Гремячее в 13-14 веках.

Уже сейчас предприниматели в сфере активного отдыха могут предложить различные виды экстремальных развлечений: сплав на байдарках по Оке (клуб активного отдыха «Action»), веревочные парки (Белоусовский парк, Цитадель, Ликерка Лофт), картинг (карт парк (Рязанка), Некрасово), спортинг (стрельба по тарелкам) (база отдыха Барсучок), спуск по троллее (gorejumping прыжки с большой высоты на тросе (Цитадель)) и т.д. Ежегодно интерес к таким объектам возрастает, а как известно спрос рождает предложение. Комитетом Тульской области по развитию туризма будет продолжена работа в этом направлении туризма.

Туристские кластеры – это одно из развивающихся направлений в сфере туризма, важнейшая составляющая региональной политики в рассматриваемой области.

Кластер в туризме региона – это группа близких географически культурно-исторических организаций и учреждений, которые имеют одинаковую направленность деятельности и взаимодополняют друг друга.

Ещё в 2016г. Правительство России постановило создать туристско-рекреационные и автотуристские кластеры в 17 регионах страны. Согласно данному документу в Тульской области был создан кластер «Русские усадьбы» [9].

23 апреля 2018 г. в Туле открылся уникальный Музей станка, аналогов которому в России нет. Это якорный проект, цель которого рассказать, что станок — это часть истории Российского государства [5].

26 июля 2018г. в Туле был представлен общественности проект "Тульская набережная" по благоустройству городской среды, созданию зон активного отдыха, тематических арт-объектов и музейного квартала. Проект воссоздаст исторический облик улицы Металлистов.

В 2017 году Тульская область в числе первых включена в проект Ростуризма «Гастрономическая карта России», а также вошла в Координационный совет по промышленному туризму. В 2017 году регион впервые вышел в финал всероссийского конкурса профессионального мастерства «Лучший по профессии в индустрии туризма», который ежегодно проводит Ростуризм. По итогам конкурсного отбора экскурсовод Тульского государственного музея оружия стал одним из лучших в России [7].

Аналитическое агентство ТурСтат составило рейтинг самых популярных у туристов регионов России в 2017 году. Тульскую область в 2017г. посетили 650 тысяч туристов – на 12% больше по сравнению с 2016 годом. Еще более 3 млн. человек побывали в регионе в однодневных поездках с различными целями, в том числе экскурсионной. В результате Тульский край оказался на 28-м месте в первой тридцатке самых привлекательных и гостеприимных регионов России [13].

Таким образом, если проследить динамику посещения туристами Тульского региона за последние 3 года, то она будет выглядеть весьма обнадеживающе (рис.1).

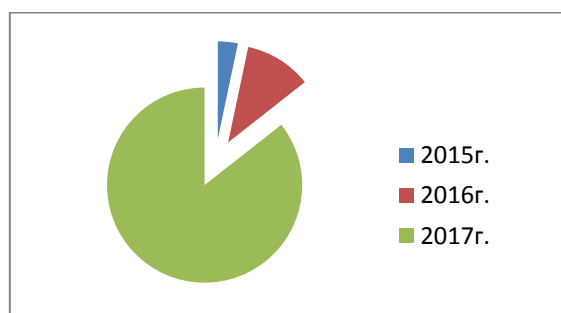


Рис. 1 Динамика посещения туристами Тульской области в период с 2015 по 2017 г.

И это не удивительно, всего на территории Тульской области действует 226 туристических маршрутов по региону и 114 межрегиональных туристических маршрутов. Не случайно именно Тула была выбрана в качестве площадки для проведения XX Российско-Финляндского культурного форума в 2019 году.

Несомненно, мероприятие подобного уровня станет ещё одним шагом в формировании имиджа Тульской области как региона, наиболее подходящего для проведения крупномасштабных российских и международных проектов, а также упрочит его статус одного из самых привлекательных туристских направлений центральной России.

Весьма интересным, предложением, на наш взгляд, может служить возможность развития молодёжного туризма в нашем регионе. Основной целью развития молодёжного туризма является привлечение в Тульскую область с культурно-познавательными, рекреационными, оздоровительными и иными целями молодого поколения – будущего России, и перенаправление интереса молодежи от виртуального общения, алкоголя, курения и наркотиков в пользу активного отдыха и здорового образа жизни.

Под молодёжным туризмом понимается активный отдых, направленный на выявление лидерских способностей, на социальную адаптацию и профессиональную

ориентацию подрастающего поколения (например, юноши, в полевых условиях, могут оценить работу МЧС, геологов, а девушки – деятельность медицинских работников и т.д.).

В нашем регионе уже создано множество условий для развития молодёжного туризма, это и спелеология, и экстремальный туризм, и автотуризм, однако развитие туристического бизнеса в названном направлении нельзя не просто прекращать, но и необходимо находить всё новые и новые сферы. Необходимо инициировать такие условия, чтобы молодёжь, вместо компьютерных игр и социальных сетей, выбирала активный отдых.

В свете вышесказанного, основополагающими направлениями молодёжного туризма в Тульской области можно назвать следующие:

- необходимо продолжить работу над созданием туристической инфраструктуры на территории нашего края, в частности: туристических баз, гостиниц, клубов, причём учитывая особенности и сферы интересов различных возрастных групп молодёжи и студенчества;

- ежегодно инициировать на территории Тульской области работу Всероссийского молодёжного туристического лагеря, который будет функционировать по нескольким направлениям: спорт, экскурсии, активный отдых, комплекс оздоровительных мероприятий;

- сделать акцент на организацию туристических форумов, конференций и фестивалей для молодёжи, причём с раскрытием туристических потенциалов нашего региона: природа, культура, промышленность, сельское хозяйство;

- создание сезонных молодёжных туристических школ, основной целью деятельности которых будет ознакомление с историческими, культурными, природными и экономическими особенностями нашего региона, а также подготовка на их базе будущих экскурсоводов;

- в целях наглядной агитации, установка на Федеральных трассах М2 и М4 щитов-баннеров, на которых должны отражаться основные направления туристической сферы Тульской области, прежде всего, с акцентом на молодёжный туризм;

- создание в Тульском регионе при футбольном клубе «Арсенал» женской футбольной лиги, главными целями которой будут являться:

- спорт, пропаганда здорового образа жизни, благотворительность и активная социальная деятельность.

Однако, несмотря на поступательное развитие индустрии туризма в Тульском регионе, данный сектор экономики не лишён своих проблем. В частности, к традиционным факторам, сдерживающим развитие туризма можно отнести, в частности, недостаток информации о Тульской области у потенциальных туристов.

Организации и учреждения, действующие в сфере туризма должны более тесно сотрудничать друг с другом, необходимо проводить систематический мониторинг качества туристского продукта, а также продолжить работу над формированием заказа на его создание.[14]

Органы государственной власти Тульской области проводят, особенно в последнее время, большую работу, связанную с развитием туризма в нашем крае, создавая благоприятные законодательные и экономические условия, однако данная инициатива не должна угасать.

Литература

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (с изм. от 4 июня 2018 г. N 149-ФЗ) //Электронный ресурс. - Система ГАРАНТ: <http://base.garant.ru>

2. Закон Тульской области от 21 марта 2001 года N 238-ЗТО «О туристской деятельности на территории Тульской области» (с изменениями на: 31.05.2018). //Электронный ресурс. - Система ГАРАНТ: <http://base.garant.ru>
2. Мартынова М. Г. Экономическое развитие региона: туризм в Тульской области // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 4. – С. 260–263.
3. В Совете Федерации РФ обсудили вопросы развития культуры и туризма в Тульской области // tularegion.ru»Новости»press-release/?ELEMENT... (Дата обращения 03.10.2018)
4. Внутренний туризм как основа устойчивого развития регионов России сборник научных статей <http://rucont.ru/efd/341507> (Дата обращения 03.10.2018)
5. В Туле открылся уникальный Музей станка // myslo.ru»news/tula/2018-04-23-v-tule...unikal...muzej... (Дата обращения 03.10.2018)
6. В Туле подвели итоги развития туризма за 2017 год // tourism.tularegion.ru»Пресс-центр»Новости»...-turizma-za-2017-god (Дата обращения 03.10.2018)
7. Официальный сайт Правительства Тульской области [Электронный ресурс] // 2017 г. URL: <http://tularegion.ru/tula/about/> (Дата обращения 03.10.2018)
8. Отчет об итогах работы и перспективах развития сферы туризма в 2017 году // Комитет Тульской области по развитию туризма li.i-docx.ru»...1-otchet-itogah...perspektivah...sferi... (Дата обращения 03.10.2018)
9. Правительство России постановило создать туристский кластер в Тульской области // myslo.ru»Новости»Жизнь Тулы и области»...-v-tulskoj-oblasti (Дата обращения 03.10.2018)
10. Проблемы формирования и перспективы развития туризма в Белгородской области Ссылка: <http://samzan.ru/113274>(Дата обращения 03.10.2018)
11. Роль телевизионных спутниковых каналов в формировании культуры туризма монография Ссылка: <http://rucont.ru/efd/302683> (Дата обращения 03.10.2018)
12. Тульская область - перспективный регион для вложения инвестиций // ancb.ru»Публикации»read/6083 (Дата обращения 03.10.2018)
13. Тульская область будет развивать сельский туризм // rustur.ru»tulskaaya-oblast-budet-razvivat...turizm (Дата обращения 03.10.2018)
14. Туристические маршруты и рекреационные ресурсы Тульской области Ссылка:<http://samzan.ru/188941>(Дата обращения 03.10.2018)
15. Тульская область вошла в число самых популярных среди туристов регионов России // myslo.ru» Новости» Жизнь Тулы и области»...-u-turistov-regionov... (Дата обращения 03.10.2018)

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ ОБЪЕМОВ РЕАЛИЗАЦИИ УСЛУГ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА

Н.Д. Свиридова,

*доктор экономических наук, профессор
заведующая кафедрой «Туризм и гостиничное
хозяйство», ГОУ ВПО «ЛНУ им. В.Даля», г. Луганск*

С.С. Козьякова,

*кандидат экономических наук, доцент.
доцент кафедры «Туризм и гостиничное
хозяйство», ГОУ ВПО «ЛНУ им. В. Даля», г. Луганск*

Аннотация. На основе выявленных особенностей организации, функционирования и предоставления оздоровительных услуг санаторно-курортных заведений в статье предложен методический подход к анализу объема реализации услуг, который состоит из

пяти этапов и является многофункциональным процессом проведения структурно-динамического анализа. Информационной базой для анализа рекомендовано использовать данные статистической отчетности по форме № 1-курорт «Отчет санаторно-курортного (оздоровительного) заведения». Предложенная в статье алгоритмическая модель направлена на выявление тенденций развития заведения, оценку динамики общего объема и изменения структуры предоставленных услуг, определение резервов увеличения объемов реализации услуг, формулирование предложений относительно повышения эффективности деятельности заведения, выявление возможных направлений развития санаторно-курортного (оздоровительного) заведения.

Ключевые слова: оздоровительные услуги, санаторно-курортные заведения, анализ объема реализации услуг.

Введение. Современный этап социально-экономического развития Луганской Народной Республики характеризуется как кризисный, приводит к развитию негативных процессов в обществе, в частности падения уровня и качества жизни населения, рост уровня безработицы, обострение социальных проблем, ухудшение состояния социальной защиты населения. Наиболее болезненным вопросом современного общества является ухудшение состояния здоровья населения и имеет свои региональные особенности и тенденции.

Для улучшения социально-демографической ситуации, укрепление и сохранение здоровья жителей Луганщины важную роль играет не только состояние и доступность медпомощи, воплощение современных мировых технологий в медицинскую область, а и средства предупреждения и профилактики заболевания, обеспечение необходимой реабилитации после перенесенных травм и стационарного лечения. Именно эти функции призваны выполнять санаторно-курортные заведения, которые при условиях оптимального функционирования могут существенно улучшить физическое и психологическое состояние населения.

Активизация развития туризма и обострение конкуренции на туристском рынке требует использования эффективного метода управления санаторно-курортными заведениями. Поэтому вопрос выбора метода анализа объемов реализации услуг санаторно-курортного комплекса является актуальным и требует углубленного исследования.

Методы и организация исследования. Анализ закономерностей территориальных особенностей развития и функционирование курортно-лечебных и оздоровительных заведений на уровне отдельных регионов является важной задачей общественной географии, потому что обеспечивает выявление не только проблем в состоянии здоровья населения, а и показывает пути решения этой проблемы через рациональное использование естественных оздоровительных ресурсов и оптимизацию работы санаторно-курортных и оздоровительных заведений [2, с.92].

Рынок курортно-рекреационного туризма практически всеобъемлющий, то есть охватывает все слои, возраста, социальные и этнические группы населения. Ведь потребность в оздоровительном отдыхе при условиях роста загрязненности окружающей среды, демографической и техногенной нагрузки ощущает каждый человек, независимо от места и условий проживания. Глобализация потребительского рынка, неустанный рост спроса и запросов туристов, обострение конкуренции между самими курортами ведет к:

активизации темпов освоения рекреационных ресурсов планеты и динамического развития современной курортной инфраструктуры в глобальном масштабе;

постоянного поиска инноваций обновления курортного продукта, улучшение и создание разнообразия качества сервиса;

дальнейшей турпродуктивной дифференциации и рыночного размежевания курортов, которое ведет к непрерывному выделению из курортной когорты территорий и заведений новых видов и типов [4, с. 236].

Таким образом, существует необходимость создания четкого механизма анализа системы показателей работы санаторно-курортных предприятий, который направлен на

выявление эффективности развития этого сектора. Одним из ключевых компонентов такого механизма является анализ объемов реализации санаторно-курортного комплекса.

Результаты и их обсуждение. Целью статьи является разработка методического подхода к анализу деятельности предприятий санаторно-курортной сферы, а также выявление его преимуществ.

Разработке методических подходов к анализу деятельности предприятий санаторно-курортной сферы посвящены работы отечественных и зарубежных авторов, таких как Колесников А.В., Селиверстова М.А., Федосеева Е.Н., Рыбалко Н.О., Титаренко Е.И., Швачко В.А, Лебедева И.В., Кудрин В.С., Лейзерман В.Г. и других.

Лебедева И.В., Кудрин В.С., Лейзерман В.Г. разработали методические рекомендации и даже пытались их внедрить на федеральном уровне. Основой методики было использование качественных методов оценки эффективности и системного подхода. Следует отметить, что авторы рассматривают эффективность деятельности санаторно-курортной организации как сложную систему, состоящую из экономического, медицинского и социального компонентов [7].

В работе А.В. Колесникова оценка эффективности деятельности санаторно-курортных учреждений рассматривается аналогично Методическим рекомендациям, однако автор предлагает «в качестве важнейшего показателя эффективности деятельности санаторно-курортной организации использовать результат санаторно-оздоровительного воздействия на конкретного человека» [3, с. 12]. Данный подход является более корректным, так как комплекс санаторно-курортных услуг не ограничивается только лечением.

Е.С. Поддубная и Е.А. Матушевская считают, что методика А.В. Колесникова достаточно проста для практического применения, а методические рекомендации предлагают довольно громоздкую систему показателей для анализа эффективности деятельности предприятия [6].

Для каждого отдельного предприятия выбор метода должен основываться на особенностях деятельности отдельного субъекта туризма, результатах его финансово-экономического анализа и факторах стойкого развития предприятий санаторно-курортного комплекса (табл. 1).

Курортные ресурсы и инфраструктурные объекты курортной территориальной рекреационной системы “продукт” оздоровительно-рекреационные услуги. Популярность и объемы продажи этих услуг являются показателями (мерилом) коммерческо-потребительского рейтинга как отдельного конкретно взятого курортно-рекреационного продукта, так и территориальной курортно-рекреационной системы вообще.

Курортно-рекреационный продукт – это специализированный для конкретной территориальной рекреационной системы комплекс (программа) курортно-рекреационного обслуживания человека, созданный и поставленный на рынок сбыта с учетом имеющихся рекреационных ресурсов и инфраструктурных возможностей этой рекреационной системы [1, с.42].

Программы курортно-оздоровительных туров строят с учетом тех обстоятельств, в которых около 30 – 50 % рекреационного времени отводится на лечебно-оздоровительные процедуры. Учитывая то, что оздоровительно-курортное обслуживание является подотраслью здравоохранения, его конечной “продукцией”, прежде всего, есть вылеченные, физически и духовно оздоровленные люди. За счет особенностей организации, функционирования и предоставления оздоровительных услуг санаторно-курортных заведений предлагается методический подход к анализу объема реализации услуг, который состоит из пяти этапов и является многофункциональным процессом проводки структурно-динамического анализа (рис. 1).

Таблица 1

Факторы стойкого развития предприятия санаторно-курортного комплекса и условия обеспечения их положительного влияния

Фактор стойкого развития предприятий санаторно-курортного комплекса	Условия обеспечения положительного влияния фактора
1	2
Конкурентное преимущество	Выделение стойких конкурентных преимуществ, концентрация на собственных конкурентных преимуществах, их развитие и постоянный поиск новых возможностей
Наличие стратегии развития	Формирование стратегии развития предприятия с учетом факторов, которые присущие сфере курортно-рекреационных услуг
Ресурсная стойкость	Формирование стратегии развития предприятий санаторно-курортного комплекса в условиях ресурсных ограничений, в частности, материальных и трудовых ресурсов
Финансовая стойкость	Оптимизация источников финансирования развития предприятий санаторно-курортного-комплекса, сотрудничество с государственными фондами финансирования
Инвестиционная политика	Определение приоритетов инвестиционного развития предприятий санаторно-курортного комплекса, разработка инвестиционных предложений (паспортов), обоснование эффективности капитальных вложений в развитие предприятия
Инновационная политика	Обеспечение предприятий санаторно-курортного комплекса современным медицинским оборудованием, внедрение новейших подходов к реализации услуг, инновационных методов управления
Система управления	Реорганизация организационной структуры управления предприятием санаторно-курортного комплекса, привлечение квалифицированного персонала

Информационной базой для анализа являются данные статистической отчетности по форме № 1-курорт “Отчет санаторно-курортного (оздоровительного) заведения”.

Для определения путей улучшения деятельности предприятия, которое анализируется, необходимо исследовать период не менее трех лет. Санаторно-курортные заведения заполняют разделы на 1 октября отчетного периода:

Раздел 1. Характеристика заведения

Раздел 2. Кроватный фонд и его использование

Раздел 3. Количество лиц, которые оздоровлены заведением

Раздел 4. Распределение иностранцев, которые временно находились в Украине на оздоровлении, по странам, из которых они прибыли

Раздел 5. Финансовые показатели

Раздел 6. Распределение детей по регионам, из которых они прибыли на оздоровление

Алгоритмическая модель проводки структурно-динамического анализа составляется из этапов.

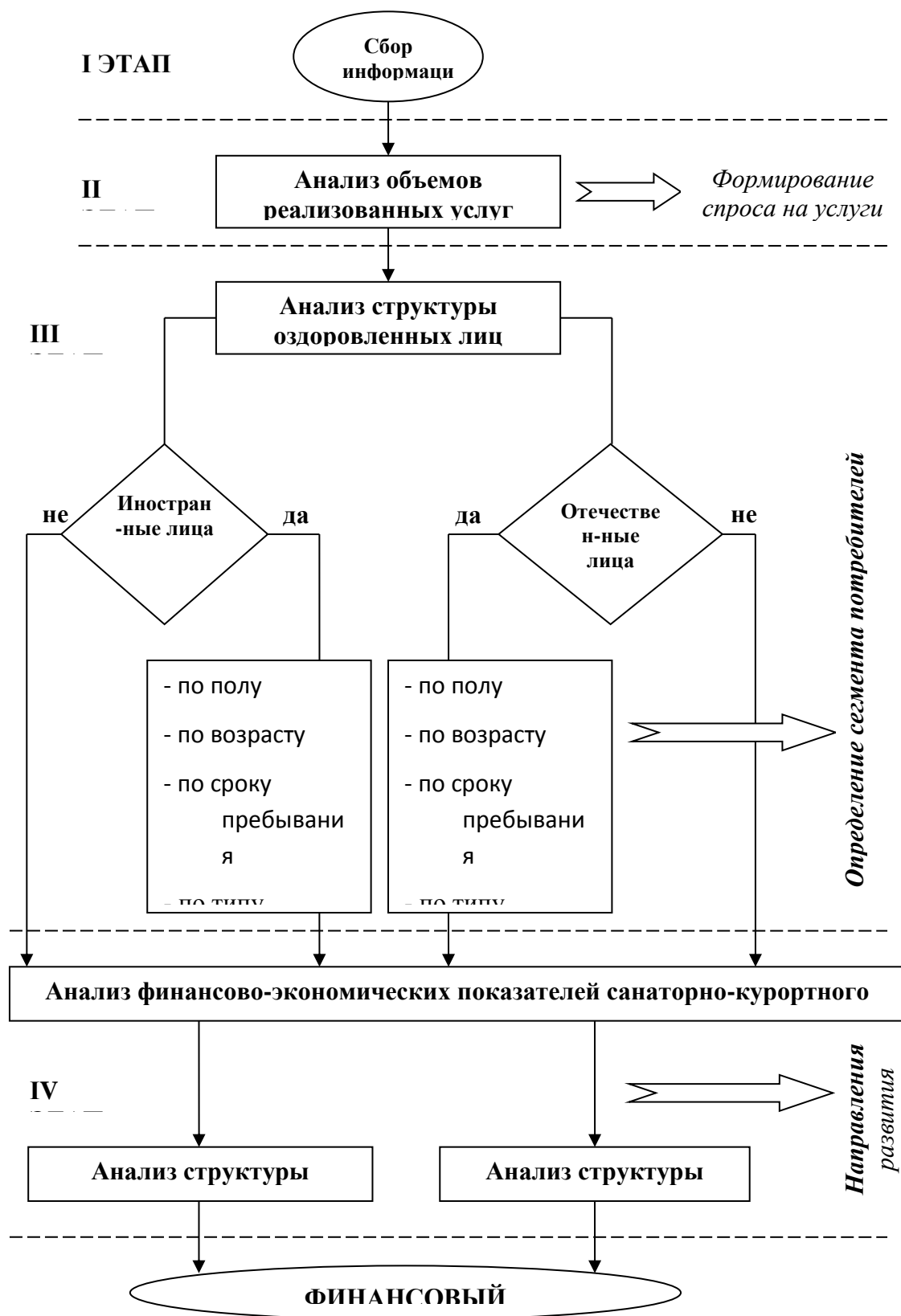


Рис. 1. Алгоритмическая модель проведения структурно-динамического анализа объема реализации услуг санаторно-курортных заведений

Этап 1. Сбор информации – на данном этапе характеризуется санаторно-курортное (оздоровительное) заведение за справочными данными и данными Раздела 1 «Характеристика заведения по состоянию на _____ г.». Приводится

информация: название санаторно-курортного (оздоровительного) заведения; его местонахождение; форма собственности и организационно-правовая форма хозяйствования; название предприятия, которому принадлежит или которое арендует санаторно-курортный (оздоровительный) заведение, и ее местонахождение. Также необходимо заметить: тип заведения, его специализацию, направленность обслуживания (для детей или всех категорий населения); сезонность функционирования; продолжительность пребывания; общую площадь; год учреждения и характеристика основных направлений деятельности.

Этап 2. Анализ объемов реализованных услуг санаторно-курортного заведения – главной целью данного этапа является определение положительных или негативных сдвигов, поэтому с помощью сравнительного анализа исследуются показатели деятельности санаторно-курортного (оздоровительного) заведения за период не менее трех лет. В состав показателей, которые анализируются, входят:

- количество развернутых мест (стационарных и амбулаторных);
- количество фактически проведенных койко-дней (человеко-дней) оздоровленных на протяжении продолжительного времени и одного-двух дней;
- количество оздоровленных заведением лиц;
- количество оздоровленных заведением иностранцев;
- количество фактически проведенных иностранцами койко-дней (человеко-дней);
- объем предоставленных услуг;
- фактические расходы на один койко-день (человеко-день) в среднем чем год;
- средне-учетное количество работников.

По результатам проведенного анализа появляется возможность определения ассортиментов, качества и объемов услуг, которые предоставляются санаторно-курортным (оздоровительным) заведением. Также с помощью определения динамики общего количества оздоровленных лиц, количества предоставленных койко-дней, продолжительности оздоровления в заведении можно формировать спрос на услуги и производственную программу на следующий период.

Этап 3. Анализ структуры оздоровленных лиц – на данном этапе информация о количестве оздоровленных лиц разбивается на две группы (иностранное и отечественное лица, которые оздоровлено), которые детализируются по направлениям:

- 1) по полу;
- 2) по возрастной категории;
- 3) по сроку пребывания;
- 4) по типу оздоровления.

Такой анализ дает возможность определить перспективный сегмент потребителей услуг санаторно-курортного (оздоровительного) заведения и с помощью активизации маркетинговой деятельности привлекать дополнительные сегменты потребителей, то есть расширять рынок. Если санаторно-курортное (оздоровительное) заведение обслуживало иностранных туристов, нужно проанализировать их структуру по такому направлению, как страна прибытия, с целью выявления перспектив развития въездного туризма.

Этап 4. Анализ финансово-экономических показателей – главной целью данного этапа является выявление уровня приспособленности санаторно-курортного (оздоровительного) заведения к изменениям условий рынка и поиск резервов улучшения финансового состояния предприятия и его платежеспособности. То есть определяется конкурентоспособность предприятия, его потенциал в деловом сотрудничестве, который выступает гарантом эффективности деятельности как самого предприятия, так и его партнеров. Источником информации является финансовая отчетность санаторно-курортного заведения и данные бухгалтерского учета, а именно:

- бухгалтерский баланс (форма №1);
- отчет о финансовых результатах (форма №2);
- отчет о собственном капитале (форма №3);

отчет о движении денежных средств (форма №4);

примечания к отчетам (форма 5).

Финансовая информация представляет собой набор данных (в систематизированной определенным образом форме) о составе:

ресурсов, обязательств и финансовых источников санаторно-курортного заведения; уровня доходов и расходов, которые позволяют судить об ожидаемой прибыли и связанных с ним риском;

объема и качества потоков денежных средств.

Поэтому особое внимание нужно уделить анализу динамики и структуры доходов и с помощью приемов анализа, оказать факторы, которые влияют на них изменения ради оценки их влияния.

К приемам анализа относят:

- 1) горизонтальный (временной) анализ;
- 2) вертикальный (структурный) анализ;
- 3) трендовый анализ;
- 4) анализ относительных показателей (коэффициентов);
- 5) сравнительный анализ;
- 6) факторный анализ.

Этап 5. Финансовый результат – на основе проведенного анализа на предыдущем этапе сравниваются объемы доходов и расходов заведения для определения финансового результата, который характеризует прибыльность (убыточность) работы санаторно-курортного (оздоровительного) заведения.

Заключение. Проведенный согласно предложенному подходу анализ позволил сделать выводы относительно тенденции развития заведения, предоставивши оценку динамики общего объема и изменения структуры предоставленных услуг, определить резервы увеличения объемов реализации услуг, сформулировать предложения относительно повышения эффективности деятельности заведения, предложить возможные направления развития санаторно-курортного (оздоровительного) заведения.

Практическая значимость предложенной алгоритмической модели проведения структурно-динамического анализа объемов реализованных услуг санаторно-курортного (оздоровительного) заведения заключается в возможности внедрения разработанных предложений на уровне региона для выявления его конкурентной позиции и повышения эффективности предпринимательской деятельности санаторно-курортных учреждений.

Литература

1. Рутинський, М. Й. Рекреація та основи курортології. Ч. I. Теоретичні принципи: Курс лекцій / За ред. Г. Мальської. - Львів : Фенікс, 2004. - 68с.
2. Баркова, Г.А. Територіальна організація медичної системи Харківської області та шляхи її вдосконалення. - Дис. на здоб. наук. ступ. канд. геогр. н. - Х., 2006. - 259 с.
3. Колесников, А.В. Оценка эффективности деятельности санаторно-курортных организаций в условиях современного рынка: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Колесников Андрей Владимирович; Тихоокеан. гос. ун-т. - Хабаровск, 2007. - 23 с.
4. Рутинський, М. Класифікація та типології курортів / М. Рутинський// ВІСНИК ЛЬВІВ. УН-ТУ: Серія географічна. 2007. Вип. 34. С. 236-246.
5. Методические рекомендации. Комплексная оценка эффективности деятельности санаторно-курортного учреждения как самостоятельного хозяйствующего субъекта: методические подходы и организационные технологии / И.В. Лебедева, В.С. Кудрин, В.Г. Лейзерман [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.alppp.ru/law/socialnoe-obespechenie-i-socialnoe-strahovanie/87/metodicheskie-rekomendacii-kompleksnaja-ocenka-effektivnosti-deyatelnosti-sanatorno-kurort.html>.

6. Поддубная Е.С., Матушевская Е.А. Анализ деятельности санаторно-курортных организаций: методические подходы: // [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-deyatelnosti-sanatorno-kurortnyh-organizatsiy-metodicheskie-podhody> (дата обращения 01.10.2018)

7. Токаренко, Е.И., Швачко, В.А. Підходи до оцінювання та забезпечення ефективності організації на прикладі санаторно-курортних підприємств [Електронний ресурс]. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/12/105.pdf>.

СЕРВИС КАК ФАКТОР ГУМАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ

О.К. Слинкова,

*доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»*

Аннотация. Статья посвящена анализу научных подходов к рассмотрению сервиса с позиций гуманизации российской социально-экономической жизни. Обозначена позитивная роль сервиса как фактора гуманизации, выявлены противоречия, присущие современному российскому сервису, ограничивающие его положительное влияние на экономику и общество. Обосновывается роль высшей школы и содержание подготовки специалистов сервиса в реализации его гуманистической направленности.

Ключевые слова: сервис, сервисизация экономики, софтизация экономики, гуманизация, подготовка специалистов сервиса, гуманитарные технологии.

Важнейшей особенностью современного этапа развития экономики является активное проникновение сервиса во все сферы хозяйственной деятельности. Данная тенденция носит глобальный характер, не является исключением и российская экономика. Различные концепции сервисной экономики, получившие сегодня большую популярность в науке, пытаются осмыслить данный процесс. И все же следует признать, что в данной области отечественных научных знаний имеется много неясностей и противоречий. Достаточно отметить, что не существует даже четкого представления о содержании базовой дефиниции «сервис».

Существует три основных подхода к трактовке этого понятия. В рамках первого подхода основной акцент делается на услугах и, соответственно, под сервисом понимают всякую профессиональную деятельность, связанную с удовлетворением потребностей посредством оказания услуг. Данный подход наиболее популярен и лежит в основе концепции сервисизации экономики, определяющей доминирующую роль сферы услуг в условиях постиндустриальной экономики. При таком подходе сфера распространения сервиса ограничивается хозяйствующими субъектами, целью деятельности которых является оказание услуг, а в качестве потребителей услуг рассматриваются как физические и юридические лица, так и общество в целом. На данном подходе основывается статистическая отчетность при исчислении структуры валового внутреннего продукта по секторам экономики.

Не подвергая сомнению логику такого подхода к трактовке понятия «сервис», отметим некоторые сложности его практического применения. Дело в том, что в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности (ОКВЭД-2) к сфере услуг относятся и такие виды экономической деятельности, как, например, научно-исследовательская деятельность, административная деятельность, государственное управление и даже деятельность, связанная с обеспечением военной безопасности. Проблема состоит не только в том, что использование понятия «сервис» применительно к данным видам экономической деятельности плохо «вписывается» в

традиционный российский менталитет. Поскольку сервис является одним из видов профессиональной деятельности, он требует специальной подготовки. Однако мы понимаем, что специалисты, занятые в указанных выше сферах, как, впрочем, и специалисты, оказывающие медицинские, образовательные, финансовые и многие прочие услуги, получают профессиональную подготовку отнюдь не по направлению «Сервис».

Другой подход к трактовке понятия «сервис» переносит акцент с услуги на потребителя. В соответствии с этим подходом под сервисом понимают профессиональную деятельность по удовлетворению индивидуальных потребностей клиента [1, с.5]. При использовании такого подхода сфера распространения сервиса существенно сужается и ограничивается лишь теми хозяйствующими субъектами, которые оказывают услуги физическим лицам. Данный подход имеет под собой определенную логику, хотя, по нашему мнению, не лишен определенных противоречий. С одной стороны, смещение акцента на потребителя представляется нам обоснованным уже с точки зрения лингвистики. Как известно, слово «сервис» в современном контексте заимствовано из английского языка. Словарь английского языка дает нам несколько его значений, в том числе «услуга», «одолжение», рассматриваемые, как правило, на бытовом уровне: оказать услугу, сделать одолжение, т.е. оказаться кому-либо полезным. Другое значение этого слова – «обслуживание». Именно в этом смысле термин «сервис» используют, когда речь идет о профессиональной деятельности. С другой стороны, в обслуживании могут нуждаться как конкретные потребители услуг, физические лица, так и юридические лица, прибегающие к услугам сторонних организаций. Поэтому нам представляется нецелесообразным исключение юридических лиц из сферы влияния сервиса.

Вместе с тем, обозначение фактора индивидуализации услуг в рамках рассматриваемого подхода к трактовке понятия «сервис» имеет, по нашему мнению, исключительно большое значение. Индивидуализация услуг, понимаемая как обеспечение индивидуального подхода к удовлетворению потребностей клиентов, как физических, так и юридических лиц, является отличительной чертой современного сервиса. Фактор индивидуализации лежит в основе третьего подхода к трактовке дефиниции «сервис». Этот подход служит базой концепции софтизации экономики, которая рассматривает услуги как фактор индивидуализации рыночных продуктов во всех секторах экономики и на всех рынках (потребительский рынок, рынок предприятий, рынок государственных учреждений). Концепция софтизации экономики обозначает сервис в качестве приоритетного фактора конкурентоспособности [12, 14] и распространяет сферу его влияния на экономику в целом.

Пожалуй, каждый из обозначенных выше подходов к трактовке понятия «сервис» имеет право на существование, раскрывая разные грани сложного и многокомпонентного феномена, коим является сервис. В настоящей статье мы возьмем за основу третий подход, и не потому, что он претендует на глобальность, а потому, что индивидуализация представляется нам ключевой характеристикой современного сервиса.

Общеизвестно, что основной особенностью сервиса является высокий уровень клиентоориентированности, высшим уровнем проявления которой является индивидуальный подход к клиенту и его запросам. Сегодня любая фирма, вне зависимости от принадлежности к тому или иному сектору экономики, декларирует этот принцип. Тем не менее, любое промышленное предприятие или, например, сельскохозяйственная организация, ориентированы, скорее, на некоторый целевой рынок, нежели чем на индивидуальные потребности клиента. Безусловно, такой целевой сегмент выделяется по принципу сходства предпочтений потребителей, его составляющих. Однако это сходство является весьма условным, особенно если мы говорим о конечном потребителе рыночного предложения в силу индивидуальности каждого человека. По отношению к клиентам, являющимся юридическими лицами, это сходство тоже не является абсолютным. В условиях массового производства обеспечение индивидуального подхода к клиенту невозможно. Любые представления о потребителях, их потребностях, запросах

формируются на основе маркетинговых исследований и составляют некоторый «усредненный портрет», на который и ориентируются производители. Кроме того, между производителем и потребителем обнаруживается масса посредников, а географически их могут разделять целые континенты.

Для предприятий, оказывающих услуги, непосредственный контакт с потребителями является условием осуществления сервисной деятельности, даже если этот контакт осуществляется дистанционно с использованием современных информационных и телекоммуникационных систем. И именно этот контакт и создает возможность индивидуального подхода к каждому клиенту. У предприятий, не относящихся к сфере услуг, такая возможность появляется только при осуществлении сервисного сопровождения своих продуктов. Именно эту возможность и пытаются использовать многие и, особенно, западные предприятия для повышения своей конкурентоспособности в современных условиях, что и является одной из причин развертывания реальных процессов софтизации экономики.

Сервис как индивидуальный подход к обслуживанию гармонизирует взаимоотношения между производителями и потребителями, придавая им гуманный характер. С чисто экономических позиций такие взаимоотношения детерминируются получаемыми сторонами выгодами. С позиций сервиса вопрос экономической выгоды заменяется пользой. Понятия выгоды и пользы очень близки по смыслу. В толковом словаре Ожегова слово «выгода» имеет несколько значений: прибыль; польза, извлекаемая из чего-нибудь; преимущество; интерес (чаще материальный). В этом же словаре слово «польза» трактуется как хорошие, положительные последствия, благо; выгода. Действительно, грань между этими понятиями весьма трудноразличима. И все же, по нашему мнению, отличие пользы от выгоды состоит в том, что она, помимо обеспечения экономических (материальных) интересов предусматривает культурное, духовное приращение сторон взаимоотношений. Не случайно, поэтому, многие современные авторы трактуют пользу как ценностное понятие.

Идея признания сервиса в качестве фактора гуманизации социально-экономической жизни находится в центре дискуссионного поля исследователей сервисной тематики. Данная идея не нова, но при этом не теряет своей актуальности в условиях современной российской действительности. Сервис изначально претендовал на эту роль. Его вклад в социально-экономическое развитие общества определяется решением целого ряда жизненно важных задач:

оптимизация структуры свободного времени за счет сокращения затрат ручного труда населения;

оптимизация бизнес процессов за счет передачи части из них сторонним организациям;

развитие интеллектуального потенциала бизнеса и общества за счет реализации таких видов сервисной деятельности, как образование, консалтинг, повышение квалификации и переподготовка; научные исследования и разработки и пр.;

физическое развитие общества и повышение эффективности использования человеческого капитала благодаря функционированию таких сфер сервисной экономики, как медицина, санаторно-курортная деятельность, деятельность в области физической культуры и спорта и пр.;

духовное развитие общества за счет предоставления услуг в области культуры, просвещения, искусства и пр.;

оказание социальной помощи и ухода нуждающимся людям (инвалидам, престарелым, детям, оставшимся без попечения родителей и т.п.).

В конечном итоге, сервис призван обеспечить комфортность жизни, ее высокий уровень и качество, что, несомненно, соотносится с идеей гуманизации. С другой стороны, в научном сообществе существует и точка зрения, поддерживающая идею негативного

воздействия на общество современной постиндустриальной цивилизации. Основу данной точки зрения заложил американский социолог Г. Маркузе, предложивший концепцию «одномерного человека» [13], которая получила развитие в концепции «общества потребления» известного французского исследователя Ж. Бодрийера [2]. Очевидно, что две эти разнонаправленные тенденции отражают реальное противоречие, присущее современному миру. В. Г. Велединский справедливо отмечает: «Являясь, как и любая сфера жизнедеятельности, выражением противоречивой человеческой природы, сервис несет с собой как гуманистические, так и потребительскопаразитические аспекты влияния на общественную динамику» [3, с. 93]. Приходится признать за сервисом проблему стимулирования потребительской гонки. И в этом смысле одной из актуальных задач современного сервиса является формирование разумных потребностей.

Современный отечественный сервис, еще совсем недавно называемый «ненавязчивым», смело копирует западные образцы внешней привлекательности, находящей отражение в интерьерах офисов сервисных предприятий, предписанном обслуживающему персоналу дресс-коде и стандартных улыбках. За этими внешними атрибутами и декларациями о признании клиента ключевой фигурой очень трудно разглядеть истинное «лицо» современного отечественного сервиса, которое, к сожалению, не всегда выглядит привлекательно при более детальном рассмотрении. А.А. Федюлин и В.Э. Багдасарян, известные отечественные исследователи проблем сервиса пишут в своей статье «Мифы о сервисе»: «Применительно к «странам-сырьевикам» (а Россия, следует признать, относится к таковым – дополнено автором) сервис является не более чем роскошью, обслуживанием прихотей ограниченной группы лиц, получающих дивиденды с экспортной деятельности. Остальное население вынуждено обеспечивать бытовые потребности, прибегая к архаическим формам натурального хозяйствования» [9, с. 9]. В.А. Писанко, другой отечественный исследователь, также отмечает, что современный отечественный сервис «демонстрирует свою приверженность интересам отнюдь не наиболее обездоленных слоев населения, нуждающихся в гуманном содействии» [6, с.30].

Еще один аспект сервиса, входящий в противоречие с идеями гуманизации, состоит в активном использовании специалистами сервиса манипулятивных практик. Психологи указывают на то, что в той или иной мере манипулятор живет в каждом человеке. Как известно, манипуляции являются одним из средств оказания психологического влияния. Психологическое влияние практикуется достаточно широко в межличностном взаимодействии, в то же время оно часто является инструментом профессиональной деятельности. Речь идет о профессиях, где взаимодействие между субъектами, осуществляемое непосредственно или опосредовано, является ключевым элементом, позволяющим достигать цели профессиональной деятельности. К числу таких профессий относится и сервисная деятельность.

Умение оказывать психологическое влияние на клиента стало признаком конкурентоспособности и потенциального профессионального успеха специалиста сервиса. Однако это умение часто базируется не на знании таких стратегий психологического влияния, как, например, сотрудничество или партнерство, а на плохо прикрытых манипуляциях. Стремление к регулированию покупательского поведения в направлении обеспечения сиюминутного финансового выигрыша часто оказывается доминирующим у работников, ответственных за так называемые «эффективные продажи» предлагаемых услуг. В свою очередь, как показывает опыт, клиенты проявляют достаточно высокую чувствительность к использованию манипулятивных практик, следствием чего является рост отчужденности, подозрительности, недоверия [5, с. 62]. Следует признать, что настоящий сервис, т.е. сервис, не на словах, а на деле реализующий идеи гуманизации, – это только искренний сервис.

Что стоит за искренним сервисом? Здесь можно выделить две очень важные компоненты: моральную и психологическую. Моральная состоит в признании человека

(клиента) как высшей ценности. В этом и состоит истинный смысл гуманистической идеи. Психологическая составляющая имеет сложную структуру и включает когнитивный, операциональный и мотивационный аспекты. Когнитивный аспект состоит в понимании потребностей, запросов и ожиданий конкретного клиента, умении увидеть его во всей индивидуальности, многосложности и изменчивости. Операциональный предполагает владение навыками сотрудничества, представляющего собой наиболее эффективную, но и достаточно сложную в реализации стратегию оказания психологического влияния на покупательское поведение. Наконец, мотивационный компонент – наиболее важная, по нашему мнению, составляющая искреннего сервиса в психологическом плане [8]. Для того чтобы понять и уметь, надо, прежде всего, захотеть помочь клиенту в максимальном удовлетворении его потребностей и реализации его замыслов. Какие бы уникальные стандарты обслуживания не разрабатывали ученые и практические руководители сервисных организаций, какие бы современные методики обслуживания не преподносились на курсах повышения квалификации и не демонстрировались на мастер-классах, отсутствие мотивации, т.е. искренней заинтересованности в их использовании специалистами сервиса делает их неработающими инструментами.

Очевидно, что решением всего комплекса описанных выше проблем должна, как минимум, заниматься высшая школа, отвечающая за профессиональную подготовку специалистов по направлению «Сервис». Однако, как мы уже отмечали [7], данное направление подготовки, являясь относительно новым в системе отечественного высшего образования, испытывает серьезные трудности как в части концептуального осмысления, так и в части практической реализации. Мы убеждены, что доминантной в системе подготовки специалистов сервиса должна быть гуманитарная составляющая, ориентированная на формирование коммуникативной компетентности, владение гуманитарными технологиями, выступающими в качестве критических факторов эффективности сервисной деятельности, с одной стороны, и важнейшего условия придания сервису гуманной направленности, с другой. Данную позицию разделяют многие отечественные специалисты. Так, например, О. А. Фокина отмечает: «Ядром личности сервисного служащего является гуманистическая направленность, человекоцентрированность, которая выражается в формируемой в процессе профессиональной деятельности гуманитарной компетентности» [10, с. 108].

Рассматривая сервис как фактор гуманизации социально-экономической жизни, следует обратить внимание еще на один важный аспект данной проблемы, касающийся активного копирования западных образцов в данной сфере. Мы ни в коем случае не отрицаем необходимость и целесообразность использования передового западного опыта, но хотим обратить внимание на то, что именно сервис, в силу своей максимальной приближенности к клиенту, должен учитывать особенности менталитета и сознания россиян, поддерживать и культивировать национальные традиции. В реальности мы часто наблюдаем совершенно обратное. Наиболее четко это можно проиллюстрировать на примере такого сектора сервисной экономики, как общественное питание. Русская культура питания, ориентированная на здоровую, натуральную пищу, сегодня повсеместно вытесняется разнообразными форматами быстрого питания, которые, как известно, плохо соотносятся со здоровым образом жизни. Если на родине fast-food, в Америке, уже давно поняли его вред, наносимый здоровью, и он постепенно утрачивает свои позиции, на рынке отечественного общественного питания мы продолжаем наблюдать его растущую популярность.

Е.В. Ильичева обосновывает роль социально культурного сервиса как носителя национальных ценностей и отмечает, что он должен «способствовать развитию национального самосознания людей, патриотизма, повышению их общей культуры, воспитанию толерантности, уважительного отношения к культуре и природе своего народа и народов других стран» [4, с. 54]. Мы полностью согласны с таким утверждением, однако

считаем, что оно справедливо не только по отношению к социально-культурному сервису (что диктуется самой его сутью), но и к сервису в целом, о какой бы сфере сервисной экономики не шла речь. Рассматривая сервис с таких позиций, В.В. Хмелев определяет его как «совокупность человекоберегающих технологий», обеспечивающих рост качества жизни и стабилизацию социальной обстановки в современных условиях социально-экономической жизни российского общества [11].

Литература

1. Багдасарян В. Э., Федулин А. А. Дефиниция «сервис» в современном научном дискурсе : стратегия категориального целеполагания // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2010. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/definititsiya-servis-v-sovremennom-nauchnom-diskurse-strategiya-kategorialnogo-tselepolaganiya> (дата обращения: 06.10.2018).
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Культурная революция, Республика, 2006.
3. Велединский В. Г. Сервисология: обзор достижений, проблемы становления как науки // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2010. №2 (4). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/servisologiya-obzor-dostizheniy-problemy-stanovleniya-kak-nauki> (дата обращения: 07.10.2018).
4. Ильичева Е. В. Роль социально-культурного сервиса как носителя национальных ценностей // АНИ: экономика и управление. 2015. №1 (10). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sotsialno-kulturnogo-servisa-kak-nositelya-natsionalnyh-tsennostey> (дата обращения: 08.10.2018).
5. Пастухова Д.А., Грудистова Е.Г. Модель конкурентоспособного специалиста сервиса // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. Т. 4. № 2, 2018, с. 53-64.
6. Писанко В.А. Проблема гуманизации социально-культурного сервиса в современном обществе // Человек и образование. 2008. № 4, с. 29-33.
7. Слинкова О.К. Проблемы подготовки бакалавров сервиса в контексте реализации практикоориентированного обучения // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. Т. 4. № 1, 2015, с. 70-85.
8. Слинкова О.К. Трудовая мотивация и организационная культура (теоретико-методологические и прикладные основы исследования). Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Кемеровский государственный университет. Кемерово, 2006.
9. Федулин А. А., Багдасарян В. Э. Мифы о сервисе // Сервис плюс. 2010. № 1, с. 3-13.
10. Фокина О. А. Сервисная деятельность как особый вид социальной практики // Logos et Praxis. 2009. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/servisnaya-deyatelnost-kak-osobyy-vid-sotsialnoy-praktiki> (дата обращения: 08.10.2018).
11. Хмелев В.В. Социальный институт сервиса: сущность, проблемы, перспективы. – Ростов-на-Дону: Гефест, 1998.L.
12. Baines T., Lightfoot H. Made to serve: how manufacturers can compete through servitization and product service systems. John Wiley & Sons. 2013.
13. Marcuse H. Der eindimensionale Mensch. Berlin. 1967.
14. Oliva R., Kallenberg R. Managing the transition from products to services. International Journal of Service Industry Management. 2003. № 14(2), pp. 160-172. <https://cyberleninka.ru/article/n/mify-o-servise> (дата обращения: 13.10.2018).

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ НА ОСНОВЕ АДАПТАЦИИ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

М.Р. Смыкова,

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг», АлтаУ*

Р.В. Плохих,

*доктор географических наук, профессор,
профессор кафедры «Туризм и сервисное обслуживание», АТУ*

О.Ж. Устенова

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры «Туризм и сервис», Университет НАРХОЗ*

Аннотация. В статье приведены главные полученные результаты по проблеме анализа и адаптации зарубежного опыта для оптимизации значимых стратегических решений для развития секторов гостеприимства и туризма Казахстана в условиях рыночной экономики. Анализ опыта других стран помогает определить, каким образом действовать в рамках решения конкретных проблем. При выявлении стран, имеющих черты сходства с Казахстаном, важно учитывать такие категории как природные ресурсы, культурно-исторические достопримечательности, уровень развития и состояние инфраструктуры, структура и организация государственного регулирования туристской отрасли экономики и др.

Ключевые слова: туризм, гостеприимство, модель развития, зарубежный опыт, главные черты, Казахстан.

Введение. В области современного гостеприимства и туризма наблюдаются следующие основные тренды: приоритетное развитие активных видов туризма, включающих элементы спортивной подготовки; комбинирование туров и сочетание разных видов отдыха и путешествий; переориентация туристской деятельности и процесса продажи в режим онлайн; появление новых субрынков в сфере туризма и инновационных туристских продуктов; развитие новых видов отелей (например, свадебные, бунгало, семейные и др.); изменение баланса между дифференцированными турами согласно определенным сегментам целевого рынка и индивидуальными с ориентацией на запросы конкретных потребителей; акцент на удобство, комфорт, уважение потребительских особенностей наций и менталитетов; интенсификация отдыха, максимально разнообразная программа, с помощью которой могут быть организованы разные формы отдыха и получена масса впечатлений [1]. Учитывая разнообразие трендов, развитие секторов гостеприимства и туризма в условиях рыночной экономики требует профессионального и компетентного подхода. Для оптимизации важных стратегических решений целесообразно опираться на анализ зарубежного опыта и адаптировать его результаты для условий Казахстана. Формы и методы подбора полезного зарубежного опыта могут быть разнообразными, но главная цель – понять, что можно использовать в Казахстане с наибольшей эффективностью. Анализ опыта других стран помогает определить, как развивать гостеприимство и туризм, какую траекторию развития выбрать и каким образом действовать в рамках решения конкретных проблем. Для этого целесообразно исследовать опыт развития гостеприимства и туризма в странах достигших значительных успехов и сформировавших управляемый национальный туристский рынок. При идентификации стран, которые имеют черты сходства с Казахстаном, нужно учитывать такие категории как природные ресурсы, культурно-исторические достопримечательности, уровень развития и состояние инфраструктуры, структура и организация государственного регулирования туристской отрасли экономики и др. [2]

Методы и организация исследования. При подготовке статьи использованы общенаучные и специальные методы, учитывающие специфику проблемы. Из

общенаучных методов использованы: описательный, анализ, сравнение, синтез, обобщение, абстрагирование, экстраполяция. В качестве частных методов использованы логико-формализованный, экспертная оценка, графический, компьютерных обработки и представления качественной и количественной информации.

Результаты и их обсуждение. Степень участия государства в развитии гостеприимства и туризма зависит от сбалансированности национальной экономики. В странах с развитой рыночной экономикой вмешательство государства обычно минимальное, а в странах с формирующейся экономикой туристская отрасль требует повышенного внимания государства. Оно поддерживает частный сектор, в том числе выдает кредиты или субсидии под создание основных материальных резервов туристской отрасли или само их создает и эксплуатирует. Во многих странах разрабатываются специальные программы стимулирования секторов гостеприимства и туризма. Почти всегда государство становится координатором развития туристской отрасли национальной экономики. Большинство современных авторов различают четыре базовые модели развития гостеприимства и туризма: рыночная, стержневая, европейская, комбинированная [3]. В тоже время в разных странах мира существуют особые подходы к формированию и организации сферы гостеприимства и туризма. Многие из них определяются спецификой национальных условий ее развития, ролью и значением в экономике, уровнем развития рыночных отношений и др. В связи с важностью решения указанной проблемы была определена главная цель исследования – охарактеризовать основы адаптации зарубежного опыта с позиции развития туризма в Казахстане.

Для исследования опыта зарубежных стран применяется дифференцированный подход, опирающийся на учет того, как сформирована национальная модель развития туристской отрасли, и какие виды туризма наиболее развиты на территории страны (таблица 1).

Таблица 1

Модели развития туризма некоторых стран дальнего зарубежья

Страны	Модели развития туризма
Швейцария	«Органичное развитие»
Австрия	«Транзитный туризм»
Испания	«Невмешательство»
Франция	«Регулируемая многоукладность»
Турция	«Анклавные зоны»
Канада	«От центра к периферии»

Источник: составлено авторами.

Модель «органичное развитие» туризма опирается преимущественно на два ключевых условия: 1) внедрение инноваций в туризме, а также развитие новых видов организации отдыха и туризма; 2) применение государственно-частного партнерства для создания инфраструктуры туризма и его развития [4]. Швейцария – яркий представитель страны, специализирующейся на туризме и использующей данную модель. Новое направление, которое активно продвигается в Швейцарии – это хайкинг. Он характеризуется высоким уровнем услуг и комфорта, созданием разных типов средств размещения на пути следования туристов в предгорных районах. Данный вид туризма доступен для разных категорий туристов, не требует специальных навыков и позволяет комбинировать активный природно-ориентированный туризм с комфортными условиями размещения [5]. В горных районах Казахстана возможно использовать швейцарский опыт развития хайкинга, что позволит привлечь иностранных туристов в нашу страну.

Модель «транзитный туризм» опирается на особое географическое положение страны – ее расположение на пересечении транспортных магистралей и разветвленную сеть

качественных автомобильных дорог. Этот фактор обуславливает большое количество транзитных и однодневных туристов. В сфере туризма хорошо обозначены два загруженных периода – август и февраль. Страна является одним из мировых лидеров в предоставлении услуг зимних видов отдыха и туризма, поэтому центры международного туризма сосредоточены в ее западной части с горным рельефом. В отличие от жителей Швейцарии, австрийцы не очень охотно путешествуют по своей стране и за ее пределами, что негативно влияет на структуру мест размещения. Наиболее хорошо развит частный сектор, предоставляющий услуги проживания. Развитие зимних видов отдыха и туризма актуализировало проблему регулирования нагрузки на природные комплексы и важность повышения популярности летних видов туризма.

Модель «регулируемая многоукладность» ориентирована на специфические особенности внутреннего туристского рынка – преобладающий отдых граждан в пределах своей страны, выраженные отпускные периоды (школьный каникулярный июля и августа, рождественский, каникулярный февраля, период Пасхи), преобладание путешествий на личных автомобилях и доминирование среди туристов жителей городских населенных пунктов. Французы предпочитают останавливаться не в гостиницах, а в иных местах размещения, за исключением зимнего отдыха. Ярко выражены три вида туризма – летние пляжный и сельский, зимний горно-курортный. Активно применяется государственное регулирование региональных экономик, в том числе в сельской местности на базе туризма. Программы постоянно модифицируются. Правительство Франции сделало очень серьезные капиталовложения в развитие автомобильных дорог и улучшение экологического комфорта.

Модель «невмешательство», получившая развитие в Испании, имеет как определенные плюсы, так и минусы. С одной стороны, она способствует свободной конкуренции в сфере туризма, а с другой – ее использование возможно, если в стране создана привлекательная инфраструктура туризма и комфортные инженерно-транспортные коммуникации. Для Казахстана данная модель не совсем подходит в связи с тем, что не на всей территории страны сформированы необходимая туристская инфраструктура и инженерно-транспортные коммуникации, поэтому применять ее в текущий период затруднительно.

Модель развития туризма в анклавных зонах первоначально была применена в Турции. Ее главная задача – определить определенные ареалы, в которых будет целенаправленно развиваться туризм. В Казахстане применение данной модели не очень целесообразно в связи с тем, что, исходя из специфических условий страны эффективнее развивать комбинированные туры и сформировать особый туристский пакет для каждого региона.

Модель «от центра к периферии» подразумевает постепенное развитие туризма от сформированного туристского центра региона к его окраинным пространствам. Данная модель применяется в Канаде и ориентирована на поэтапное развитие туризма в разных регионах страны. Канада имеет некоторые черты сходства с Казахстаном в виду значительной территории и наличия ресурсов для развития многих видов туризма. Модель «от центра к периферии» используется в рамках стратегии кластерного развития туризма [6-8]. Она предполагает развитие туризма только в отдельных, перспективных регионах и позволяет это делать «точечно», следовательно, экономно по отношению к финансовым и трудовым ресурсам. Если учитывать, что до 2/3 территории Казахстана расположено в пределах аридной зоны, нередко с малокомфортными условиями и недостаточными ресурсами для развития туризма, применение данной модели целесообразно и позволит сконцентрировать усилия на территориях, которые могут стать туристскими кластерами, обеспечивающими постоянный поток международного въездного туризма.

Большое распространение в мире получила кластерная модель, предложенная Майклом Юджином Портером. Он сделал акцент на то, что она позволяет повысить производительность труда и конкурентоспособность региона [9]. Для Казахстана, а в

частности Алматинского региона, где активно формируется конкурентоспособный туристский кластер, важное условие дальнейшего успешного развития туризма – повышение комфортности и качества процессов бизнес-среды. В этом аспекте значительная роль отводится государству как гаранту создания необходимых конкурентных преимуществ. Согласно воззрениям М.-Ю. Портера, любая страна способна создать конкретный, присущий только ей набор преимуществ, в числе которых: высокий уровень производительности труда, профессиональные трудовые ресурсы, качественные производимые товары и услуги, оптимальная и эффективная система управления и др. [10]

Привлекательность кластерной модели для сферы гостеприимства и туризма объясняется тем, что формирование и развитие туристского региона происходит комплексно с учетом смежных отраслей и интересов местных сообществ. Конечный результат создания туристского кластера – «живая», динамичная и легко адаптирующаяся к изменениям рынка территориальная рекреационно-туристская система, все структурные элементы которой должны работать как единый механизм на принципах коэволюции и динамического равновесия для общего блага и выгодного взаимодействия каждого субъекта туристского рынка.

Кроме изучения национальных моделей развития туризма важен положительный и отрицательный опыт разных стран мира. В первую очередь это касается государств, создавших за короткий период времени высокоэффективную туристскую отрасль национальной экономики. Одним из таких государств стала Малайзия. Она занимает девятое место в мире по общему количеству прибытий туристов и четырнадцатое место по поступлению доходов от продажи туристских продуктов, товаров и услуг. Опыт данной страны наглядно демонстрирует процессы эффективного формирования «ядра» национальной индустрии гостеприимства и туризма, а также ее смежных и вспомогательных сегментов [11].

Приведенные характеристики отражают наиболее примечательные сферы и компоненты модели развития гостеприимства и туризма. Многие из них могут быть успешно адаптированы для условий Казахстана и позволят повысить эффективность управленческих решений. С целью выявления отношения экспертов к базовым и национальным моделям развития гостеприимства и туризма и ключевым характеристикам сферы туризма некоторых стран дальнего зарубежья с позиции их применимости для условий Казахстана был выполнен опрос 27 специалистов. Полученные результаты иллюстрирует рисунок 2.

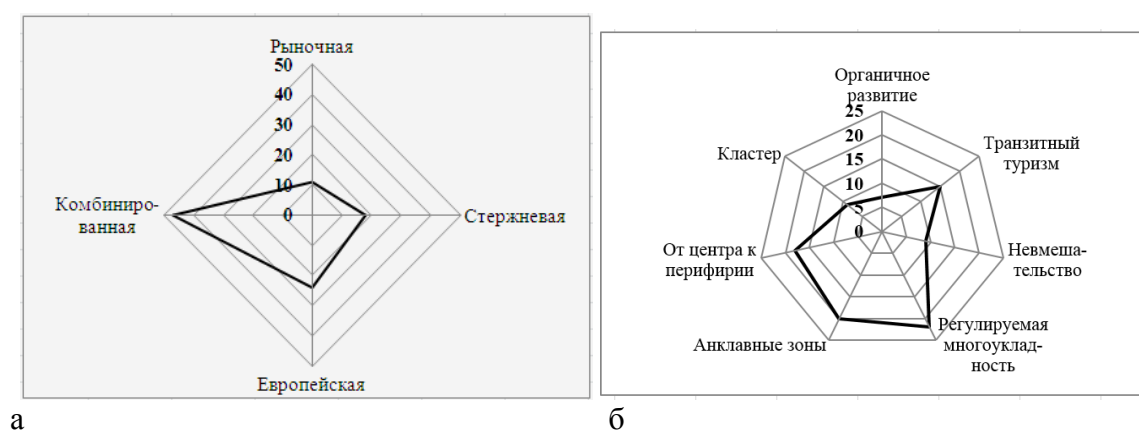


Рис. 1. Оценка привлекательности и возможности использования базовых (а) и национальных (б) моделей развития гостеприимства и туризма в Казахстане

Изучение опыта зарубежных стран помогает понять, какие факторы наиболее важны для развития туристской отрасли экономики Казахстана, а также наметить общие рамки для стимулирования ее развития.

Заключение. Приведенные данные наглядно демонстрируют, что только при комплексном и управляемом подходе можно добиться впечатляющих результатов и сформировать привлекательную, эффективно работающую и приносящую большой доход туристскую отрасль национальной экономики. Профессиональное и продуманное решение проблемы развития гостеприимства и туризма в Казахстане обязательно должно включать всесторонний и детальный анализ успешного зарубежного опыта. Формирование конкурентоспособных на международном рынке национальных туристских продуктов может в определенной мере зависеть от опыта одного или нескольких государств уже успешно решивших задачи, только встающие перед Казахстаном. Сравнительный анализ позволит не только создать наиболее эффективную модель развития гостеприимства и туризма в Казахстане, но и выполнить проектирование всех ее ключевых характеристик и уникальных черт. Результаты работы с экспертами позволяют сделать вывод, что не имеется универсального подхода к развитию гостеприимства и туризма, поэтому каждая из моделей несет в себе полезные, нейтральные и отрицательные свойства с позиции ее применения для условий Казахстана. Создание на основе анализа зарубежного опыта синтетической модели развития гостеприимства и туризма в Казахстане позволит наконец создать национальный туристский бренд и продвигать его на международном рынке.

Литература

1. Котлер Ф., Боуэн Д., Макенз Д. Маркетинг: гостеприимство и туризм. – Москва: ЮНИТИ, 1998. – 787 с.
2. Surugiu C., Surugiu M.-R. Is the tourism sector supportive of economic growth? Empirical evidence on Romanian tourism // *Tourism economics*. – 2013. – Vol. 19. – Is. 1. – P. 115-132.
3. Бартошук О.В. Модели развития индустрии туризма (зарубежный опыт) // *Государство и регионы. Серия: экономика и предпринимательство*. – 2011. – №2. – С. 62–68.
4. Системные планы развития туризма в Казахстане. – Астана: КИРИ, Horwath HTL, 2012. – 263 с.
5. *Tourism, power and culture: anthropological insights (tourism and cultural change)* / Ed. Donald V.L. Macleod and James G. Carrier. – Bristol: Channel View Publications, 2010. – 219 p.
6. Камбыचेков Т.К. Туризм в Казахстане: проблемы, пути решения, перспективы развития. – Бишкек: БГИЕК, 2007. – 160 с.
7. Плохих Р.В. Развитие туристской отрасли экономики Казахстана: теоретико-методологические основы и регламентация деятельности // *Туризм Казахстана: проблемы и перспективы: V межд. научн.-практ. конф., кафедра рекреационной географии и туризма факультета географии и природопользования КазНУ им. аль-Фараби, 9–11 октября 2014 г. (г. Алматы, Казахстан)*. – Алматы, 2014. – С. 14–22.
8. Приоритеты и перспективы научных исследований международного туризма в XXI веке. Труды Международной туристской академии. – М., 2010. – Вып. 5. – С. 10-14.
9. Портер М. Конкурентная стратегия. – М., 2005. – 387 с.
10. Ropero M.A. Dynamic pricing policies of hotel establishments in an online travel agency // *Tourism economics*. – 2011. – Vol. 17. – Is. 5. – P. 1087-1102.
11. Global Competitiveness Index 2012 and 2011 // Всемирный экономический форум, June 2012 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2011-2012> (дата обращения: 02.09.2018).

СЛОЖНОСТЬ И ТУРБУЛЕНТНОСТЬ ТУРИСТСКОГО РЫНКА В СВЯЗИ СО СТРАТЕГИЧЕСКИМ ПЛАНИРОВАНИЕМ

М.Р. Смыкова,

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг», АлмаУ*

Р.В. Плохих,

*доктор географических наук, профессор,
профессор кафедры «Туризм и сервисное обслуживание», АТУ*

О.Ж. Устенова

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры «Туризм и сервис», Университет НАРХОЗ*

Аннотация. В современных условиях развития рынков возникает необходимость определить, как сложность и турбулентность туристского рынка влияют на стратегические направления развития туристских компаний. С этой целью проведен анализ, показавший, что рынок туризма в Казахстане не очень сложный, но быстро изменяющийся и характеризующийся высокой турбулентностью. Туристским компаниям в большей степени целесообразно использовать провидческое руководство. Обоснованность провидческого руководства подтверждается тем, что в основном туристские фирмы – это предприятия малого бизнеса, руководители которых одновременно их владельцы. В таких условиях провидческое руководство наиболее эффективно.

Ключевые слова: туризм, турбулентность рынка, сложность рынка, инкрементализм, провидческое руководство, рациональное планирование, туристские предприятия, Казахстан.

Введение. Внутренний туристский рынок Казахстана динамично усиливается и завладевает новыми дестинациями, но их экономическая эффективность и инвестиционная привлекательность по-прежнему зависят от государственного регулирования, социально-экономической системы и межотраслевых коммуникаций [1]. Для определения стратегических направлений развития туристских предприятий важно проводить мониторинг туристского рынка и понимать его характеристики [2]. Для этого целесообразно проводить анализ сложности и турбулентности туристского рынка Казахстана и определять стратегические направления его развития. Турбулентность туристского рынка – разрушение ламинарности бизнес-потоков (возникновение многочисленных беспорядочных изменений) и появление рыночных столкновений субъектов рынка в форме конкурентного противостояния в виду разных конкурентных потенциалов. Эффекты турбулентности туристского рынка проявляются в изменении отношений между субъектами рынка в многообразных проявлениях, инициированных со сторон производителей и потребителей. В числе таких проявлений следует отметить: снижение объема спроса на туристские продукты и услуги или его переключение; модификация мотивов принятия решения о сделке; предложение производителями туристских продуктов и услуг новых способов решения проблем потребителей с высокими характеристиками потребительской ценности; освоение производителями туристских продуктов и услуг новых рынков и уход со старых, сокращение объема предложения и другие изменения, определяющие характер взаимодействия спроса и предложения, а также конкурентную ситуацию [3]. Стратегически грамотное регулирование приоритетов туристских предприятий влияет на инвестиционную привлекательность туристских объектов, а также стимулирует и регулирует туристские потоки [4]. Субъекты стратегического планирования не только усиливают конкурентоспособность и

узнаваемость туристских территорий Казахстана, но и содействуют продвижению инициатив в государственных и инвестиционных структурах.

Методы и организация исследования. Для проведения анализа были использованы опубликованные литературные источники по исследованию туристского рынка Казахстана, а также применены метод группировок, ранжирования, вторичные данные, опрос экспертов о показателях сложности и турбулентности туристского рынка.

Результаты и их обсуждение. Несмотря на развитие туризма в Казахстане, он до сих пор представляет собой явление, которое не всегда возможно оценить с точки зрения стратегического планирования. Для Казахстана новые стратегические цели могут указывать на пути, которые подсказывают иное развитие, а не корректировку сегодняшнего состояния. В том числе: новые модели развития, управления и хозяйствования; технологии более эффективного использования человеческих ресурсов; изменение роли индивидуума и местных сообществ, региональных и территориальных органов и предприятий туризма; новые механизмы преодоления финансовых, экономических и социальных проблем; технологии развития массового туризма; инструменты организации новых форм проведения досуга; функции, которые государство возьмет на себя; модификации в производстве и учете туристских услуг; разработки новых моделей управления, форм и средств туристского обмена; возникновение концепций в области заработной платы, доходов и мотивации труда, гуманитарных и социальных связей, персональной, имущественной и экологической безопасности; комплексных программ сотрудничества с участием отечественных и иностранных участников и др. С учетом сказанного в условиях рыночных отношений туристским предприятиям необходимы специальные методологии стратегического планирования. Такой подход даст возможность конкретнее выявить острые проблемы туристского рынка и оперативно принимать эффективные решения.

В настоящее время многие эксперты считают, что применение стратегического планирования в туризме малоэффективно. Объясняют это тем, что туристский рынок быстро и динамично развивается, планы быстро меняются, поэтому долгосрочное планирование в большинстве случаев быстро теряет заявленные ориентиры [5, 6]. Важнейший критерий, доказывающий достоверность подобных выводов, – турбулентность туристского рынка Казахстана. В частности, ярким индикатором выступает приток туристов в Казахстан. Не смотря на общий тренд к увеличению числа туристов, которые посещают Казахстан и проживают в местах размещения, ситуация довольно не стабильная. В 2009 и 2015 годах отмечено уменьшение количества пребывающих людей. При этом ситуация с загрузкой мест размещения характеризуется отрицательным трендом [7]. В целом, загрузка мест размещения Казахстана уменьшается, а количество посетителей увеличивается, что подтверждает не стабильность ситуации на туристском рынке. На нее в определенной мере влияет увеличение количества мест размещения в сравнении со сформировавшимися потоками туристов.

На стратегические решения в сфере туризма влияет не только турбулентность рынка, но и его сложность. Исследования, проведенные по проблеме стратегического развития туристских предприятий, часто мало сопоставимы и зависят от системы критериев оценки и анализа внешней среды. Для оценки ситуации на туристском рынке Казахстана была использована модифицированная авторами методика, разработанная М. Макдональдом по показателям сложности и турбулентности рынка услуг [8]. Данная методика позволяет определить стратегическое направление, имеющее предпочтительный характер для туристской компании в зависимости от степени сложности и турбулентности туристского рынка. Согласно выбранной стратегии туристским компаниям предлагается на выбор использовать три методологии стратегического планирования. Кратко охарактеризуем данные методологии.

Первая методология – рациональное планирование, предполагающее принятие управленческих решений на основе рациональности, т. е. фактов, планов и других конкретных аргументов [9]. Важно разумно подходить к выбору, планировать расходы, не

тратить лишнего и добиваться максимальной выгоды при обычных затратах. Рациональное планирование оптимально для применения крупными компаниями, массово производящими продукты потребительского назначения. Понимание туристского рынка в этом случае преимущественно основывается на формальном анализе [10].

Вторая методология – инкрементализм или пошаговое принятие решения на основе метода проб и ошибок. Данная методология процесса принятия решения используется в ситуациях, когда решения могут плохо согласоваться с реальной ситуацией, но обещать в будущем определенные выгоды. Она была разработана Чарлзом Линдбломом и опубликована им в статье «Наука доводить дело до конца» («The Science of Muddling Through», 1959). Он отмечал, что нередко решения принимают опираясь не на идеальную идею, а на сиюминутную ситуацию. Приходится оценивать и принимать во внимание малую часть вероятных вариантов решений [11]. Методология инкрементализма используется предприятиями среднего бизнеса.

Третья методология – провидческое (форсайтное) стратегическое планирование основывается на интуиции первых руководителей. Форсайт (от англ. «foresight» – «видение будущего») – это сценарное прогнозирование будущего развития и его возможных вариантов исходя из экспертной оценки специалиста. Это понятие обозначает не только изучение будущего, но и сумму подходов к принятию решений с целью совершенствования факторов, влияющих на будущее в долгосрочном периоде, и формирования социальных сетей для желаемого или ожидаемого будущего. Важно не только обозначить проблемы и направления их решений, но и рассмотреть прикладной контент их применения [12]. В основном данную методологию используют предприятия малого бизнеса, где руководители одновременно являются владельцами. На практике туристские предприятия используют не одну методологию, а разные их комбинации. Варианты методологий согласно типам предприятий следующие: 1 – в основном применяется рациональное планирование, научно-обоснованное использование инструментов маркетинга и формальный подход; 2 – в основном используется провидческое руководство, траектория развития компании зависит от руководства и его интуиции, а также интуиции привлекаемых экспертов; 3 – в основном применяется инкрементализм как постоянное пошаговое развитие существующих ценностных предложений; 4 – используется синтез рациональности и провидческого руководства; 5 – применяется синтез провидческого руководства и инкрементализма; 6 – используется синтез рационального планирования и инкрементализма; 7 – применяется синтез рационального планирования, инкрементализма и провидческого руководства;

Для того чтобы понять, какая методология стратегического планирования наиболее приемлема, целесообразно для туристской фирмы провести анализ сложности и турбулентности рынка туризма. Рынок – это определенная конструкция, механизм работы которой зависит от таких составляющих, как число сегментов потребителей, центр принятия решений, сложность процесса покупки, его длительность и др. Все это обозначается понятием «сложность покупателей». «Сложность каналов сбыта» определяется такими факторами, как количество разных каналов сбыта, уровней и степени участия каналов распределения в ценностном предложении. Уровень сложности макросреды формируется за счет степени влияния социальных, политических, макроэкономических, культурных и технологических факторов на туристском рынке. Уровень сложности конкурентов определяется числом разных конкурентных сил, значимых на рынке и количеством всевозможных наборов стратегий, которые могут использовать туристские предприятия. Сложность ценностного предложения зависит от количества многообразных компонентов, предлагаемых рынком, технологической сложности услуг, и степени того, насколько ценностное предложение выходит за рамки основного продукта и включает дополнительные выгоды.

При измерении сложности рынка оценка производится в диапазоне от 1 балла (простой рынок) до 5 баллов (сложный рынок). Используя описанные критерии, был определен уровень сложности туристского рынка Казахстана и установлены коэффициенты

для отдельных направлений на основании интервьюирования экспертов (таблица 2). Как видно из представленных данных наибольшее значение присвоено показателю каналов сбыта. На рынке туристских услуг в настоящее время используют несколько каналов сбыта, а именно продажи через турагентов, онлайн-продажи и возможность формирования и пакетирования тура самим потребителем услуг. На втором месте сложность ценностного предложения, что связано с тем, что потребители часто совмещают несколько видов туристских продуктов. В данном случае туристские предприятия должны учитывать варианты сочетания форм отдыха и возможности предоставления дополнительных услуг. Все остальные показатели ниже среднего.

Таблица 2

Суммативная оценка факторов сложности туристского рынка Казахстана

Фактор сложности рынка	Оценка факторов сложности
Сложность покупателей	2,2
Сложность каналов распределения	2,7
Сложность конкурентов	2,3
Сложность макросреды	2,4
Сложность ценностного предложения	2,5
Средний показатель	2,4

Вторым условием, влияющим на стратегическое развитие, является турбулентность рынка. Рыночная турбулентность демонстрирует, насколько рынок изменчив и не стабилен. Как показывает ситуация на туристском рынке Казахстана, он является непредсказуемым и имеет свои особенности. Под турбулентностью туристского рынка понимаются его изменчивость и не стабильность по пяти факторам: турбулентность покупателей, каналов сбыта, конкурентов, макросреды и ценностного предложения. Если говорить о турбулентности рынка, то чем более высокий уровень развития рынка, тем он более стабилен. Рынок туризма в Казахстане находится на фазе роста и поэтому не является стабильным.

Турбулентность покупателя измеряется изменчивостью и нестабильностью числа сегментов и участников центра принятия решения, которые значительно отличаются друг от друга, а также нестабильностью длительности и числа стадий процесса приобретения услуги. Уровень турбулентности каналов распределения зависит от изменчивости и нестабильности числа разнообразных типов каналов, их уровней и степени участия канала в создании ценностного предложения.

Турбулентность конкурентов определяется степенью нестабильности и изменчивости числа многообразных конкурентных сил на туристском рынке. Турбулентность макросреды обуславливается тем, насколько изменчивы и не стабильны правовые, социальные, технологические, экономические и политические факторы. Турбулентность ценностного предложения зависит от ассортиментной изменчивости, технологических изменений турпродукта и нестабильности предоставления расширенного туристского продукта.

Результаты оценки изменчивости и нестабильности по пяти факторам туристского рынка Казахстана показаны в таблице 3.

Таблица 3

Суммативная оценка факторов турбулентности туристского рынка

Фактор сложности рынка	Оценка факторов сложности
Турбулентность покупателей	2,7
Турбулентность каналов распределения	3,5
Турбулентность конкурентов	3,0
Турбулентность макросреды	3,8
Турбулентность ценностного предложения	3,3
Итого	3,26

Заключение. Опрос экспертов показал, что туристский рынок турбулентный, но не очень сложный. В целом, выполненное исследование выявило инструментарий, который указывает в каком направлении нужно двигаться туристским предприятиям, и какие стратегические методологии наиболее эффективны на туристском рынке Казахстана. В результате проведенного анализа и полученных оценок можно сделать вывод, что на рынке туризма самая выгодная позиция, когда преобладает провидческое руководство. Выбор данной методологии стратегического планирования обосновывается и тем, что большая часть туристских фирм являются предприятиями малого бизнеса и руководят ими непосредственно владельцы бизнеса. Поэтому важно планировать все процессы и иметь форсайт-руководителя, который хорошо понимает рынок. По результатам проведенного анализа можно сделать вывод, что показатели турбулентности на рынке туристских услуг выше среднего (коэффициент = 3,26) в основном за счет турбулентности макросреды и каналов распределения.

Литература

1. Разумовская А. Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога-практика. – М.: Вершина, 2006. – 496 с.
2. Системный план развития туризма в Казахстане: рабочий вариант. – Астана: КИРИ, 2012. – 294 с.
3. Семеняк И.В., Мангушев Д.В. Сигнальные индикаторы турбулентности рынков / Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Сер. Економіка. – 2008. – № 802. – С. 42–50.
4. Backer E., Ritchie B.W. VFR travel: a viable market for tourism crisis and disaster recovery? // International Journal of Tourism Research. – 2017. – Vol. 19. – No. 4. – P. 400–411.
5. Полянин А.В., Лебедев В.М. Стратегическое планирование в публичном управлении // Вестник Поволжского института управления. – 2015. – № 5 (50). – С. 11–15.
6. Смит Б.Д. Как заставить маркетинг работать. Стратегическое планирование на опыте известных компаний / пер. с англ. – М.-СПб.: Вершина, 2006. – 390 с.
7. Основные показатели за 2003–2017 годы: заполняемость гостиниц (процент) [Электронный ресурс] / Официальный сайт Комитета по статистике: официальная статистическая информация, оперативные данные (экспресс информация, бюллетени), туризм, 2018. – URL: <http://stat.gov.kz/> (дата обращения: 02.09.2018).
8. Макдональд М., Данбар Я. Сегментирование рынка: практическое руководство / пер. второго английского издания; предисловие к русскому изданию д.э.н., профессор Е.П. Голубкова. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2002. – 288 с.
9. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. – М.: Ман, Иванов и Фербер, 2005. – 384 с.
10. Dolnicar S. et al. Required sample sizes for data-driven market segmentation analyses in tourism // Journal of Travel Research. – 2014. – Vol. 53. – No. 3. – P. 296–306.
11. Lindblom Ch.E. The Science of Muddling Through // Public Administration Review. – 1959. – Vol. 19. – No. 2. – P. 79–88.
12. Кэлоф Д., Ричардс Г., Смит Д. Форсайт, конкурентная разведка и бизнес-аналитика – инструменты повышения эффективности отраслевых программ // Форсайт. – 2015. – Т. 9. – № 1. – С. 68–81.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ

Астахов Ю.В. – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»

Бабинцев В.П. – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»

Вангородская С.А. – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»

Гамурак А.В. – начальник управления дорожной инфраструктуры и транспорта департамента строительства и транспорта Белгородской области

Гуляев И.И. - кандидат философских наук, доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»

Заливанский Б.В. – кандидат социологических наук, доцент, директор МАУ «Институт муниципального развития и социальных технологий», доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»

Захаров В.М. – доктор социологических наук, директор Института экономики и управления, НИУ «БелГУ»

Иващенко С.А. - аспирант кафедры социальных технологий, Институт экономики и управления, НИУ «БелГУ» г. Белгород, Российская Федерация

Каменева Т.Н. - д. с. н., профессор кафедры социологии ФГБОУ ВО КГУ, Россия, Курск

Колпина Л.В. – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»

Компаниец С.А. – старший преподаватель кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»

Кравцова И.В. – кандидат экономических наук, доцент кафедры финансовых услуг и банковского дела, ГОУ ВПО «ДонАУиГС»

Надуткина И.Э. – кандидат социологических наук, доцент, профессор кафедры социальных технологий НИУ «БелГУ»

Никонова О.В. – аспирант Института экономики и управления НИУ «БелГУ»

Панфёров Т.Т. – студент ОУ, магистрант ГОУ ВПО «ДонАУиГС»

Персякова Р.Н. – аспирант кафедры «Социологии управления» ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»

Реутов Е.В. – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»

Реутова М.Н. – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»

Самохвалова Е.В. – кандидат социологических наук, доцент, зам. директора МАУ «Институт муниципального развития и социальных технологий» по социальным исследованиям, доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»

Семенов А.С. – к.ф.-м.н, доцент, заместитель заведующего базовой кафедрой «Инновационный менеджмент и ВЭД в промышленности» Центра управления отраслями промышленности экономического факультета РУНД

Синельникова Н.А. – студент кафедры социологии и организации работы с молодежью, НИУ «БелГУ»

Стрелюк В.В. – главный эксперт Отдела инновационного развития и новых проектов ГК «Ростех», старший преподаватель базовой кафедры «Инновационный

менеджмент и ВЭД в промышленности» Центра управления отраслями промышленности экономического факультета РУНД

Талашенко А.А. – старший преподаватель кафедры социальной работы, НИУ «БелГУ»

Шевченко Н.В. – кандидат экономических наук, доцент кафедры социальных технологий НИУ «БелГУ»

Salayev D.J. – PhD докторант Узбекского государственного университета мировых языков, Ташкент, Узбекистан

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОЦЕССАМ УПРАВЛЕНИЯ: НЕЗАВИСИМАЯ ОЦЕНКА КВАЛИФИКАЦИИ, РЕАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ИДЕЙ, ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА В КОММЕРЧЕСКОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ

Авилова Ж.Н. - кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Баранцева С.М.- кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики предприятия ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Туган-Барановского»

Ваганова О.А. - доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой финансов, инвестиций и инноваций, НИУ «БелГУ»

Васильева В.Ю. - студент ОУ «магистр» ГОУ ВПО «ДонАУиГС»

Винник А.Е. – старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Герасименко О.А. - кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Долбня Н.В. - аспирант кафедры «Экономическая кибернетика», ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»

Долинский Н.И. - кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Козийчев Ю.В. - аспирант НИУ «БелГУ»

Кравцова И. В. - кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансовых услуг и банковского дела, ГОУ ВПО «ДонАУиГС»

Лаврентьев А.А. - директор холдинга "Технология Блокчейн" в Республике Казахстан и Российской Федерации, аналитик в сфере макроэкономического развития

Озерова М.М. – кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Парфенова Е.Н. - кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Пожидаев Н.А. – магистрант кафедры экономики предприятия ГО ВПО ДонНУЭТ

Прядко С.Н. - кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Семибратский М.В. - кандидат экономических наук, заместитель директора Высшей школы управления, НИУ «БелГУ»

Стрельцова Т.П. – кандидат технических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Титова И.Н. – старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Тхориков Б.А. - кандидат социологических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Яковенко Я.А. - ассистент кафедры экономики предприятия, ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

СТРАТЕГИЯ И МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ РИСКОВ

Богодухова И.А. - начальник отдела кадров ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница» г. Белгорода

Бураева Е.В. – декан экономического факультета, доцент кафедры бухгалтерского учета и статистики Экономического факультета ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет им. Н.В. Парахина», кандидат экономических наук

Валенцева Е.В. – доцент, доцент кафедры экономики, учета и анализа Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования РГУПС (Ростовский государственный университет путей сообщения), кандидат технических наук

Васенкова Я.В. – магистрант ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет имени Н.В. Парахина», экономический факультет, кафедра «Экономика и менеджмент в АПК»

Ващейкина Ю.Ю. - старший преподаватель кафедры экономической теории и экономики АПК Экономического факультета ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ

Великих П.К. - магистрант кафедры управления персоналом Института экономики и управления НИУ «БелГУ»; менеджер контактного центра по работе с физическими лицами ООО «Транспортно-экспедиционная компания Белгорода»

Власова Т.А. – доцент кафедры управления персоналом Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», НИУ «БелГУ», кандидат экономических наук

Герасименко И.Н. – доцент кафедры экономики ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия», кандидат экономических наук

Грудкина Т.И. - доцент кафедры экономики и менеджмента в АПК Экономического факультета ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет им. Н.В. Парахина», кандидат экономических наук

Донец Л.И. - профессор кафедры экономики предприятия Института экономики и управления ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Туган-Барановского», кандидат экономических наук

Кислухина Н.В. - ассистент кафедры математики, физики и информационных технологий Агрономического факультета ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия»

Конорева К.В. – магистрант кафедры управления персоналом Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», НИУ «БелГУ»

Лунина В.Ю. - доцент кафедры маркетинга и логистики Факультета производственного менеджмента и маркетинга ГОУ ВПО «ДонАУиГС при Главе ДНР», кандидат экономических наук

Маслова Я.В. - ассистент кафедры управления персоналом Института экономики и управления НИУ «БелГУ»

Меркулова А.В. - доцент кафедры экономики Экономико-правового факультета ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия», кандидат экономических наук

Нежелченко Е.В. - доцент кафедры управления персоналом Института экономики и управления НИУ «БелГУ», кандидат экономических наук

Нежелченко Д.И. - магистрант, направление 38.04.02 Менеджмент, ФГБОУ ВО «БелГАУ им. В.Я. Горина»

Никulina Н.Н. - заведующий кафедрой профессионального обучения и социально-педагогических дисциплин, доцент кафедры профессионального обучения и социально-педагогических дисциплин ФГБОУ ВО БелГАУ им. В.Я. Горина, кандидат педагогических наук

Попова Т.А. - доцент кафедры маркетинга и логистики Факультета производственного менеджмента и маркетинга ГОУ ВПО «ДонАУиГС при Главе ДНР», кандидат экономических наук

Проняева Л.И. - заведующая кафедрой экономики и экономической безопасности, профессор кафедры экономики и экономической безопасности Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС, доктор экономических наук

Савранская Я.В. - старший преподаватель кафедры экономики Экономико-правового факультета ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия»

Тимохина О.А. - старший преподаватель кафедры управления персоналом Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», НИУ «БелГУ», кандидат экономических наук

Удалых О.А. - заведующий кафедрой экономики, доцент кафедры экономики ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия», кандидат экономических наук

Федотенкова О.А. – доцент кафедры экономики и экономической безопасности, Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС, кандидат экономических наук

Филатова Е.В. - магистрант кафедры управления персоналом Института экономики и управления НИУ «БелГУ»; инспектор по контролю за исполнением поручений секретариата Управления делами АО «ОЭМК»

Целютина Т.В. - доцент кафедры управления персоналом Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», НИУ «БелГУ», кандидат социологических наук

Ченцова Е.В. - магистрант кафедры управления персоналом Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», НИУ «БелГУ»

Черкасских К.А. - магистрант кафедры управления персоналом Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», НИУ «Бел-ГУ»

Черкасова Т.С. – доцент, доцент кафедры высшей математики РГУПС (Ростовский государственный университет путей сообщения), кандидат технических наук

Ягнюк И.М. - доцент кафедры экономики ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия», кандидат экономических наук

**ВСЕРОССИЙСКАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
(С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ)
«ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА И СЕРВИСА:
ИЗВЕСТНОСТЬ, ИМИДЖ, ИНВЕСТИЦИИ»**

Алтухова Н.Н. – директор бизнес-отеля «Континенталь»

Аноприева Е.В. – старший преподаватель кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»

Биньковская О.В. – кандидат биологических наук, доцент кафедры технологии продуктов питания, НИУ «БелГУ»

Богомазова И.В. – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»

Болтенко Ю.А. – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры технологии продуктов питания, НИУ «БелГУ»

Глумова Я.Г. - ассистент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса НИУ «БелГУ»

Горбань А.В. – директор МАУ «Парк «Роев ручей»

Жакупова А.А. – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры рекреационной географии и туризма, КазНУ им. аль-Фараби

Жангуттина Г.О. – кандидат экономических наук, доцент, декан факультета экономики и бизнеса, АТУ

Жиленко В.Ю. – кандидат биологических наук, доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»

Жуков П.В. – старший преподаватель ГАОУ ВО ЛО «ЛГУ им. А. С. Пушкина», генеральный директор центра детско-юношеского туризма «Terra Holiday»

Зиновьева И.Г. – старший преподаватель кафедры технологии продуктов питания, НИУ «БелГУ»

Климова Т.Б. – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»

Козлова В.А. – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры технологии продуктов питания и организации ресторанного дела, ФГБОУ ВО «ОГУ имени И.С. Тургенева»

Козьякова С.С. – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Туризм и гостиничное хозяйство», ГОУ ВПО «ЛНУ им. В. Даля», г. Луганск

Королева И.С. – кандидат географических наук, доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»

Коротких И.Ю. – старший преподаватель кафедры технологии продуктов питания, НИУ «БелГУ»

Крылова В.С. – кандидат географических наук, старший научный сотрудник лаборатории ландшафтоведения и проблем природопользования, ТОО «Институт географии»

Кузнецова Н.В. – зам. начальника учебного отдела, старший преподаватель, ОЧУ ВО «Международный инновационный университет», г. Сочи

Лавриненко О.Н. – преподаватель ОГАПОУ «БМТК»

Лихошерстова Г.Н. – кандидат экономических наук, доцент, доцент международного туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»

Мячикова Н.И. – кандидат технических наук, доцент, зав. кафедрой технологии продуктов питания, НИУ «БелГУ»

Негода А.А. – старший преподаватель кафедры туризма и гостиничного хозяйства, ГОУ ВПО «ЛНУ им. В. Даля», г. Луганск

Никифорова Г.Е. – кандидат технических наук, доцент кафедры «Экология и безопасность жизнедеятельности» («КнАГУ», г. Комсомольск-на-Амуре)

Плохих Р.В. – доктор географических наук, профессор, профессор кафедры рекреационной географии и туризма, КазНУ им. аль-Фараби; профессор кафедры «Туризм и сервисное обслуживание», АТУ

Польшина А.А. – преподаватель специальных дисциплин, ОГАПОУ «БМТК»

Польшина Ю.Л. – преподаватель ОГАПОУ «БМТК»

Ремнев А.И. – доктор технических наук, доцент, профессор кафедры технологии продуктов питания, НИУ «БелГУ»

Ремнева Л.А. – ассистент кафедры рисунка, Харьковская академия дизайна и искусства

Рогова А.В. – кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»

Сабанина Н.О. – кандидат исторических наук, доцент, ОЧУ ВО «Международный инновационный университет», г. Сочи

Свиридова Н.Д. – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой «Туризм и гостиничное хозяйство», ГОУ ВПО «ЛНУ им. В. Даля», г. Луганск

Слинкова О.К. – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»

Смыкова М.Р. – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг», AlmaU

Устенова О.Ж. – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Туризм и сервис», Университет НАРХОЗ

Чипура О.С. – заведующий сектором СМИ МАУ «Парк «Роев ручей»

Яковенко О.В. – старший преподаватель кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ»

Научное издание

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ КОНГРЕСС

Сборник статей по материалам
комплексного научно-практического мероприятия
НИУ «БелГУ», 30 октября – 2 ноября 2018 г.

Публикуется в авторской редакции

Оригинал-макет: Ю.В. Ивахненко
Выпускающий редактор: Л.П. Котенко

Подписано в печать 06.12.2018. Формат 60×90/16
Гарнитура Times New Roman. Усл. п. л. 25,0. Тираж 100 экз. Заказ 336
Оригинал-макет подготовлен и тиражирован в ИД «Белгород» НИУ «БелГУ»
308015 г. Белгород, ул. Победы, 85. Тел.: 30-14-48