

ВЕСТНИК

факультета управления СПбГУ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Выпуск 3 (ч. 2)

2018



Учредитель журнала – ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет».

Издатель журнала: Факультет управления Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Редакционная коллегия:

Максимцев И.А. – доктор экономических наук (Россия); **Горбашко Е.А.** – доктор экономических наук (Россия); **Федосеев И.В.** – доктор экономических наук (Россия); **Бездудная А.Г.** – доктор экономических наук (Россия); **Бутан Ян Мульер** – Ph.D. (Франция); **Дюкло Николя Луи** – Ph.D. (Франция); **Карлик А.Е.** – доктор экономических наук (Россия); **Миллер А.Е.** – доктор экономических наук (Россия); **Омаров М.М.** – доктор экономических наук (Россия); **Пашковская И.Н.** – доктор педагогических наук, (Россия); **Потемкин В.К.** – доктор экономических наук (Россия); **Саакян А.К.** – доктор социологических наук (Армения); **Трифонова Н.В.** – кандидат экономических наук (Россия); **Шматко А.Д.** – доктор экономических наук (Россия); **Яновская О.А.** – доктор экономических наук (Казахстан); **Юдин Д.С.** – ответственный редактор (Россия).

«Вестник факультета управления СПбГЭУ» зарегистрирован как самостоятельное средство массовой информации в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (РОСКОМНАДЗОР) (свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС 77-68585.)

Периодичность издания – 2 номера в год.

Все номера журнала находятся в свободном доступе на сайте: vf.u.unecon.ru

Адрес редакции: 191002, г. Санкт-Петербург, ул. Марата д.27, ауд. К-603.

Телефон редакции: (812)312-72-32.

e-mail: science_DU@unecon.ru

Содержание

Приветственное слово главного редактора	3
Раздел V. Стратегические проблемы развития промышленного комплекса	4
Аренков Игорь Анатольевич, Бичун Юлия Андреевна	
К вопросу трансформации управления знаниями промышленного предприятия в цифровой экономике	4
Бабаков Александр Владимирович	
Стратегические проблемы управления газотранспортной системой	9
Беспалова Вероника Валерьевна, Кадырова Ольга Васильевна	
Анализ практики формирования арендной платы за лесопользование	15
Герасимов Кирилл Борисович	
Формирование инновационной стратегии предприятия	19
Герасимова Елена Александровна, Чаплина Альбина Николаевна	
Роль социальной ответственности в стратегическом развитии предпринимательской организации	25
Головинов Петр Николаевич, Карлик Александр Евсеевич, Коростелев Степан Михайлович	
Импортозамещение как процесс компенсации искажения рыночной экономики в условиях ресурсных ограничений	29
Дергаль Петр Петрович	
Влияние производственно-технологических режимов на безопасность жизнедеятельности	37
Калугина Ольга Владимировна, Шевченко Светлана Юрьевна	
Консенсуальный принцип формирования торгово-промышленной политики предприятия	43
Камзабаева Майра Сарандаевна	
Стратегия развития организаций швейной промышленности в условиях стратегически переломных моментов	48
Клушанцев Дмитрий Владиславович	
Управление затратами как инструмент повышения эффективности предприятий радиоэлектронной промышленности	52
Махновский Дмитрий Евгеньевич	
Кластерный подход в организации промышленности за рубежом	57
Мыскина Анастасия Владимировна, Попова Яна Александровна	
Стратегические проблемы развития промышленного комплекса	62
Найденова Татьяна Анатольевна, Новокшонова Елена Николаевна	
Формы территориального развития промышленности как условие устойчивого социально-экономического развития региона (на материалах Республики Коми)	67
Найденова Татьяна Анатольевна, Швецова Ирина Николаевна	
Подходы к механизму реализации промышленной политики региона (на материалах Республики Коми)	71
Плоткин Борис Кальманович	
Эволюция и современное состояние материально-технического снабжения: вперед к снабжению	76
Русинов Михаил Владимирович	
Эволюция методов управления инновациями в корпоративном бизнесе	83
Семёнова Надежда Александровна	
Развитие латвийского рынка медицинских приборов	86
Степнов Игорь Михайлович	
Цифровой стратегический менеджмент: проблемы и перспективы	90

Степченкова Ольга Сергеевна	
Импортозависимость как показатель технологической безопасности	95
Таюрская Ирина Соломоновна	
Оценка промышленного потенциала региона в условиях цифровой экономики	100
Раздел VI. Управление персоналом: современные вызовы и механизмы модернизации	106
Алексеева Ирина Александровна	
Человеческий капитал в условиях модернизации вузов	106
Бежовец Влада Эдуардовна	
Модель управления взаимоотношениями в коллективе	111
Беляев Виктор Иванович, Пяткова Оксана Николаевна	
Познавательная функция социально-трудовых отношений в управлении изменениями	114
Ботоева Галина Игоревна, Кучеренко Ольга Юрьевна	
Эволюция мотивации в профессиональной траектории персонала в реальном секторе экономики.....	119
Вельмисова Дарья Владимировна	
Образовательно-промышленный кластер как инструмент формирования ценностно-мотивационных смыслов молодежи	124
Гильдингерш Марина Григорьевна	
Антикризисное управление персоналом как составная часть антикризисного регулирования	130
Калабина Елена Георгиевна	
Выбор модели бенефитной программы в организации (практики уральских промышленных компаний).....	135
Коробова Ольга Олеговна	
Аутсорсинг в области управления персоналом: обучение и развитие сотрудников	142
Кудрявцева Елена Игоревна	
Компания как потребитель интеллектуального потенциала работников	147
Ледовская Мария Евгеньевна, Роздольская Ирина Владимировна	
Аутсорсинг персонала как инструмент повышения эффективности процессов HR-администрирования на этапе кадровых преобразований.....	151
Леонова Ольга Геннадьевна	
Меры мотивации труда профессорско-преподавательского состава образовательной организации	156
Михайлова Эвелина Авенировна	
Механизм формирования организационной культуры предприятия.....	161
Михайлова Ольга Петровна, Сороченкова Анастасия Владимировна	
Управление повышением производительности труда на промышленном предприятии	164
Перезовова Ольга Владимировна, Рахимов Ильдар Хайбуллович	
Формирование проблемного поля в системе управления человеческими ресурсами современного предприятия на основе бренда работодателя	172
Потемкин Валерий Константинович	
Социальные изменения европейской идентичности и особенности ее формирования в современной России	177
Потемкин Валерий Константинович	
Объективизация профессиональной этики в системе управления персоналом.....	182
Прозоровская Камилла Александровна	
К вопросу о девиантном поведении сотрудников и мерах его предотвращения.....	191
Соловьев Аркадий Константинович	
Социальные риски цифровой экономики	197

Спивак Владимир Александрович	
Тенденции развития современного мира и новые проблемы управления людьми	200
Шахбазов Кямилъ Агазаман оглы	
Стратегия управления персоналом коммерческого банка	205
Yakovleva Elena, V.	
Organizational levels of management of intellectual resources of workers at the enterprises of the industry	209
Раздел VII. Менеджмент и самоменеджмент в образовании: психолого-педагогический и социологический аспекты	216
Барташевич Дарья Антоновна	
Интернет-маркетинг как ключевой фактор развития компании в сфере образования (на примере курсов французского языка Bon ami)	216
Воспитанник Ирина Владимировна	
Управление конфликтными ситуациями в студенческой среде: возможности медиативного подхода	221
Керимова Мехри, Паршина Любовь Николаевна	
Значение самоменеджмента для студентов учебных заведений	226
Королева Наталья Ивановна, Пашковская Ирина Николаевна	
Самоменеджмент как способ оптимизации деятельности преподавателя высшей школы	231
Маргулян Яков Аронович	
Развитие региональных инновационно-образовательных кластеров в цифровой экономике	236
Морозов Александр Владимирович	
Менеджмент в системе современного образования (психолого-педагогический аспект)	240
Новик Мила Мироновна, Сахновская Ольга Евгеньевна	
Роль и функции преподавателя-тьютора в организации образовательного процесса	245
Оганян Каджик Мартиросович, Оганян Карина Каджиковна	
Формирование и развитие социально-профессиональной активности студентов в университете	250
Родичева Алла Федоровна	
Олимпийское школьное движение в системе выявления и развития молодых талантов	254
Спивак Владимир Александрович	
Специфика реализации ключевых аспектов менеджмента в самоменеджменте	259
Толордава Жанна Константиновна	
Симуляционные модели и профессиональная идентичность студентов	264
Шемякина Елена Юрьевна	
Формирование способности управления стрессом (стресс-менеджмента) у студентов	269
Якимов Юрий Михайлович	
О возможностях использования карьерного самоменеджмента	273
Раздел VIII. Логистический менеджмент в тренде цифровизации	279
Альбеков Адам Умарович, Кушнарёв Виталий Васильевич	
Оценка эффективности логистики государственных закупок	279
Борисова Вера Викторовна	
Институциональная среда цифровой логистики	282
Букринская Эльвира Мансуровна	
Проблемы цифровизации логистического управления жилищно-коммунальным хозяйством	285
Гвилия Наталья Алексеевна	
Концепция геймификации в управлении корпоративными цепями поставок	290

Гладкий Владимир Романович	
Роль транспортного обслуживания в логистических системах	296
Го Хунли, Ценина Татьяна Тихоновна	
Место логистических рисков в общей структуре предпринимательских рисков предприятия	301
Дмитриев Александр Викторович	
Цифровая логистика в условиях устойчивого развития.....	305
Дюкова Ольга Михайловна, Локтионова Елена Викторовна	
Трансформация информационных потоков рынка недвижимости в условиях цифровизации	311
Козлов Владимир Константинович, Рудковский Иван Федорович	
Процесс проектирования промышленных логистических систем: организация и структура	316
Коль Ольга Дмитриевна	
Проблемы развития логистического потенциала региона в условиях цифровой экономики	320
Комиссаров Максим Александрович, Шульженко Татьяна Геннадьевна	
Методы делового администрирования в условиях цифровизации управления логистической деятельностью	324
Мясникова Людмила Анатольевна, Саталкина Полина Сергеевна	
Экологические решения в управлении цепями поставок.....	330
Печенко Наталья Сергеевна	
Взаимосвязь инновационной и интеграционной логистики в Евразийском экономическом союзе	335
Плешиц Степан Григорьевич	
Практическое использование логистики в производственно-коммерческой деятельности: транспортное обеспечение экономики.....	339
Рундыгина Дарья Дмитриевна	
Современные тенденции формирования цепей поставок в издательско-полиграфической отрасли в условиях цифровизации	344
Сандрикова Динара Вагифовна	
Модифицированный механизм управления логистическими системами выставочной деятельности	349
Смирнова Елена Александровна	
Логистический менеджмент в пространстве цифровой экономики: нормативно-правовое регулирование и тенденции развития	354
Степанова Анна Сергеевна	
Управление запасами в многоуровневых логистических системах	359
Тетцоева Екатерина Муратовна	
Развитие взаимодействия отдела логистики с другими подразделениями компании-импортёра в условиях цифровизации логистического управления	363
Ценина Татьяна Тихоновна, Цзоу Тун	
Роль информационной логистики в развитии мировой электронной торговли.....	369
Щербаков Владимир Васильевич	
Логистика как национальное конкурентное преимущество России	372
Юрченко Зинаида Владимировна	
Анализ уровня контейнеризации в Российской Федерации на основании индекса инновационного развития	377
Раздел IX. Инновации маркетинговых моделей и управление покупательским опытом в условиях диджитал трансформации.....	382
Буслаева Юлия Николаевна	
Маркетинг впечатлений на промышленных рынках	382

Ванюшкина Вера Владимировна	
Новые возможности брендинга в инновационном развитии вуза	387
Горохова Анна Евгеньевна, Секерин Владимир Дмитриевич	
Потенциал стратегического маркетинга в развитии транспортной логистики	390
Горохова Анна Евгеньевна, Секерин Владимир Дмитриевич	
Развитие маркетинговых инструментов стратегического управления компаниями	396
Гусева Елена Алексеевна, Майзель Александр Исаакович	
Стратегии маркетинга на постнеклассическом этапе экономической науки	402
Домнин Владимир Николаевич	
Методика «психосемантический бренд-код» как технология управления покупательским поведением	408
Конников Евгений Александрович, Конникова Ольга Анатольевна	
Тенденции устойчивого маркетинга в производстве и сбыте продукции	413
Конникова Ольга Анатольевна, Ширшова Ольга Игоревна	
Результаты эмпирического исследования устойчивого потребления в Российской Федерации	419
Лизовская Вероника Владимировна	
Основные тенденции формирования и оценки ценовых программ лояльности	424
Магарян Виталий Григорьевич, Мирошниченко Марина Александровна	
Анализ и разработка предложений по улучшению системы менеджмента на примере предприятия общественного питания	428
Манжосов Александр Евгеньевич	
Формирование потребительской лояльности с использованием веб-платформ	432
Мелентьева Надежда Ивановна	
К вопросу о мотивации маркетинговых коммуникаций в условиях цифровой среды	437
Писарева Екатерина Владимировна	
Комплексный подход при принятии маркетинговых решений в условиях современного рынка	440
Сергиенко Елена Сергеевна	
Управление инновационным потенциалом бизнес-структур: маркетинговый подход	444
Тюмина Дарья Сергеевна	
Структура инновационной бизнес-модели	446
Халиков Глеб Витальевич	
Маркетинговые модели в малом и среднем бизнесе	451
Шубаева Вероника Георгиевна, Юлдашева Оксана Урняковна	
Будущее маркетинга в экономике 4.0	457
Раздел X. Инклюзивное обучение в профессиональном образовании	462
Антропов Александр Петрович, Кантор Виталий Зорахович	
Региональные системы инклюзивного высшего образования: ресурсный учебно-методический центр как институциональное решение	462
Владимирова Оксана Николаевна, Ломоносова Оксана Владимировна	
Некоторые вопросы профессионального образования инвалидов. Теория и практика	468
Егорова Татьяна Алексеевна, Лобанова Ирина Анатольевна	
Трехсторонний подход в инклюзии – залог результативности взаимодействия в образовании	472
Земскова Галина Семеновна, Рачина Галина Борисовна	
Программа социально-психологического сопровождения инвалидов и ЛОВЗ в процессе профессионального обучения	477

Ибрагимли Зульфигар Гусейн оглы, Мамедов Мамед Гумбат оглы	
Культура непрерывного обучения сотрудников деловых организаций.....	482
Лабейко Ольга Анатольевна	
Направления по совершенствованию организационных механизмов содействия занятости населения с инвалидностью	485
Малиновская Наталья Викторовна	
Особенности реализации программы по дисциплине «Физическая культура» в системе инклюзивного обучения в профессиональном образовании.....	490
Мюллер Наталья Владимировна	
Об адаптации основных профессиональных образовательных программ в СПбГЭУ	494
Овсипян Марина Владимировна	
Инклюзивное обучение на современном этапе.....	499
Радуго Владимир Иванович, Рочева Яна Сергеевна	
Правовые основы организации инклюзивного обучения в профессиональном образовании	502
Романенкова Дарья Феликсовна	
Особенности содействия трудоустройству выпускников с инвалидностью, получивших профессиональное образование.....	509
Румянцева Елена Евгеньевна	
Инклюзивное обучение в профессиональном образовании: современная практика, право и нравственные ценности.....	513

Приветственное слово главного редактора



Уважаемые коллеги!
Дорогие друзья!

Представляем Вашему вниманию материалы, включенные в третий номер журнала «Вестник факультета управления СПбГЭУ». В основе данного выпуска – материалы дискуссий и круглых столов в рамках XIII Международной научно-практической конференции «Современный менеджмент: проблемы и перспективы» (26–27 апреля 2018 года).

Конференция ежегодно проходит под эгидой Евразийской ассоциации университетов. Организаторы научного мероприятия: Комитет по науке и высшей школе Правительства Санкт-Петербурга, Санкт-Петербургский государственный экономический университет. Конференция дает импульс развитию единой евразийской научно-практической площадки для конструктивного профессионального обсуждения широкого круга теоретических проблем управления и лучших практик менеджмента в различных функциональных областях и сферах деятельности.

В работе конференции традиционно принимают участие руководители вузов, предприятий и организаций, ученые, преподаватели вузов и научных учреждений как из различных регионов России, так и из множества других стран, что обеспечивает международный характер мероприятия.

Основным направлением научных дискуссий на конференции в этом году стали цифровые технологии, их использование в различных сферах экономики, науки и бизнеса. Цифровые технологии развиваются быстро, в них взаимодействуют многие механизмы: появляются не только новые технологии, но и новые бизнес-модели, новые способы взаимодействия участников рынка, новые формы конкуренции, новые компетенции. В докладах и выступлениях участников конференции в рамках заданного тренда рассматриваются проблемы теории и практики управления, направления развития современного управленческого знания, а также инновационные образовательные технологии подготовки менеджеров. Надеемся, что предложенные материалы смогут не только показать имеющиеся достижения в науке и экономике применительно к проблемам развития цифровых технологий и построения на их основе экономики нового формата, но и изучить и сформировать тренды фундаментальных и прикладных исследований, направленных на создание прорывных научных результатов в этой сфере.

С уважением,

И.А. Максимцев,
д.э.н., профессор, ректор СПбГЭУ,
главный редактор журнала

Раздел V
Стратегические проблемы
развития промышленного комплекса

УДК 338.242.2

Аренков Игорь Анатольевич
Бичун Юлия Андреевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

К ВОПРОСУ ТРАНСФОРМАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ
ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы влияния знаний на поведение промышленного предприятия в цифровой экономике. Представлена эволюция развития взглядов на важность знания, как источника экономического роста. Анализируется процесс трансформации знаков в знания, раскрывается специфика этой трансформации для промышленного предприятия с учетом развития цифровой экономики. Особое внимание уделяется проблемам развития цифровой экономики и перспективам использования этого потенциала для промышленных предприятий, как с позиции получения информации, так и ее интерпретации менеджерами для принятия управленческих решений. В статье сделан акцент и вывод, что успех в конкурентной борьбе все в большей мере определяется интеллектуальными факторами развития, среди которых знания являются ключевыми

Ключевые слова: цифровая экономика, управление знаниями, знаки, данные, информация, промышленное предприятие, трансформация.

Arenkov Igor, A.
Bichun Yulia, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

ON THE TRANSFORMATION OF KNOWLEDGE MANAGEMENT
OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE IN THE DIGITAL ECONOMY

Abstract. The article deals with the impact of knowledge on the behavior of an industrial enterprise in the digital economy. The evolution of views on the importance of knowledge as a source of economic growth is presented. The process of transforming signs into knowledge is analyzed, the specifics of this transformation for an industrial enterprise are disclosed, taking into account the development of the digital economy. Particular attention is paid to the problems of the development of the digital economy and the prospects for using this potential for industrial enterprises, both from the position of obtaining information and its interpretation by managers for making managerial decisions. The article emphasizes the conclusion that success in competition is increasingly determined by intellectual development factors, among which knowledge is the key.

Keywords: digital economy, knowledge management, signs, data, information, industrial enterprise, transformation.

В рамках экономической теории значимость знания для успешного функционирования предприятия признана уже давно. Еще в начале 20-го века А. Маршалл идентифицировал знание как „наиболее мощный двигатель производства“ [1]. Гари Беккер занимался исследованием экономического влияния знаний на теорию человеческого капитала, например, инвестициями в образование и переподготовку [2].

Однако, несмотря на эти ранние исследования, суть знания не была четко определена в экономической теории. Представители классической теории весьма односторонне толковали суть знания на предприятиях, рассматривая объективное знание как истинное отражение реальности, которое может быть трансформировано независимо от контекста и индивидуума.

С середины 60-х годов широкое распространение получил социально-конструктивистский подход к знанию, предложенный Бергером и Люкманном [3], который и сегодня находит широкое признание в научных и практических кругах.

В рамках ресурсного подхода также интересен конструктивистский подход Р. Санчеса, который определяет знание как совокупность представлений индивида о причинных связях между явлениями [4]. Э. Цан и прочие дополнили это определение предположением, что знание является предпосылкой к тому, чтобы индивид мог увязывать свои ожидания с некими действиями [5], которое и обозначило важный признак знания – его ориентацию на действие. Дальнейшие исследования связаны с возрастающей ролью знаний в развитии интеллектуального капитала и лидерства предприятий [6].

Переход к новому технологическому укладу становится все более стремительным. Новый вызов связан с радикальными изменениями в технологиях, в первую очередь, информационно-коммуникативными, которые пронизывают все стороны социальной и общественной жизни. Следует считать, что важнейшим направлением нового технологического уклада является *диджитализация*, или цифровизация, происходящих процессов. Развитие цифровых технологий постепенно (к середине 90-х гг.) привело к появлению термина «цифровая экономика».

Цифровая экономика – экономика, где большинство внешних и внутренних коммуникаций между экономическими субъектами (люди, предприятие, государство) осуществляются с помощью цифровых технологий в онлайн-среде.

Для определения уровня развития цифровой экономики в стране применяются различные подходы. Одним из наиболее интересных является подход известной мировой консалтинговой компании VCG. Эксперты компании предлагают рассчитывать индекс цифровизации экономики (e-Intensity). Этот индекс рассчитывается как взвешенное среднее трех субиндексов (развитие инфраструктуры – вес 50%; он-лайн расходы – вес 25%, активность пользователей – вес 25%). По данным РБК позиция России в этом рейтинге за последние пять лет фактически не изменилась, и страна занимает 39-е место из 85 по развитости цифровой экономики. В 2011 году она была на 43-м месте, в 2012-м – на 39-м, в 2013-м – на 40-й строчке. При этом индекс РФ (e-Intensity) рос со среднегодовым темпом 24% и в 2015 году составил 113. Лидер рейтинга Дания характеризуется значением индекса 213. В топ-3 также входят Люксембург и Швеция (212 и 208 соответственно) [7].

Адаптация к цифровым реалиям происходит у всех субъектов экономики, включая бизнес-сообщество. Происходит цифровая трансформация бизнеса. Радикальные изменения происходят не только в создаваемых ценностях, например, почасовая аренда автомобиля или каршеринг, но и в способах воспроизводства этой ценности в рамках клиентоориентированных бизнес-моделей, способах коммуникаций и финансовых расчетов с потребителями, партнерами и т.д. [8].

Базовыми технологиями для цифровой трансформации промышленности выступают: 1) Интернет вещей; 2) индустриальный Интернет вещей; 3) «облачные» технологии; 4) роботизация; 5) искусственный интеллект; 6) большие данные; 7) безбумажные технологии; 8) аддитивные технологии; 9) туманные вычисления; 10) беспилотные технологии; 11) мобильные технологии; 12) биометрические технологии; 13) квантовые технологии; 14) суперкомпьютерные технологии; 15) технологии идентификации; 16) математическое моделирование; 17) технологии блокчейн; 18) киберфизические системы; 19) сквозные технологии; 20) технологии открытого производства [9].

Развитие цифровой экономики и бизнес трансформация приводят к дальнейшей актуализации знаний, как источника обеспечивающего интеллектуальное лидерство государств и компаний.

Для рассмотрения процессов трансформации управления знаниями ПП в условиях активного развития цифровой экономики следует рассмотреть различные концепции формирования знаний.

В этом контексте следует разделять два основополагающих подхода:

- первый подход гласит, что знания обладают теоретико-информационными корнями;
- второй подход утверждает, что знание следует рассматривать как сумму возможных оснований для совершения действия.

В первом случае, под знаниями следует понимать практическую информацию, которая активно управляет процессами выполнения задач, решения проблем и принятия решений [10]. Следовательно, управление знаниями в данном контексте подразумевает их систематическое формирование, анализ, обновление и развитие с целью максимизации успеха промышленного предприятия.

В рамках второго подхода, знания представляют собой любое слово, факт, пример, событие, правило, гипотезу или модель, которые усиливают понимание или исполнение в определенной области деятельности или дисциплины [11]. Следовательно, управление знаниями означает формализацию, обмен и доступ к практическому опыту, знаниям и экспертным данным, создающим новые возможности для совершенствования деятельности предпринимательских структур, способствующие увеличению его успеха за счет инноваций и т.д.

Рассматривая направление воздействия знаний на окружающую среду предпринимательских структур, следует отметить, что первый подход, определяющий знания как информацию, предполагает двигательной силой управления знаниями потребителя. Вторым подходом считается основным движущим механизмом предложение знаний для продажи как объекта интеллектуальной собственности. Превазирование спроса на знания предполагает усиление конкурентной борьбы между предпринимательскими структурами, особенно в отраслях, ха-

рактически насыщенные рынки и сокращением времени на разработку и внедрение инноваций. Преобладание предложения знаний, по нашему мнению, предполагает развитие кооперации и партнерских отношений между предпринимательскими структурами, так как увеличивается прозрачность рынков, сокращаются барьеры доступа к необходимым знаниям, а также усиливается обмен знаниями между предприятиями, участниками цепочки создания потребительской ценности.

Следуя логике классической теории информации, знания являются завершающим элементом рассматриваемой цепочки и, отличаются от знаков, данных и информации (рис. 1).

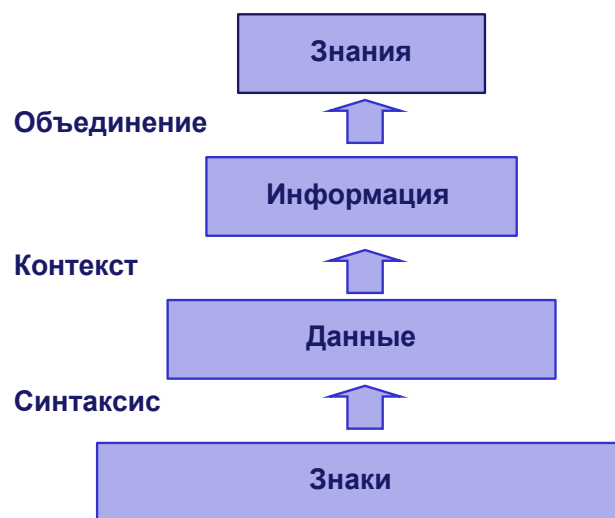


Рис. 1. Знания в рамках теории информации

Однако в процессе цифровой трансформации промышленности и развития индустрии 4.0. меняются качественные характеристики этих уровней.

Например, знаки, являющиеся самым малым доступным для изучения элементом, тоже претерпевают изменения. Появляются новые символы, например, мемы, смайлики, стикеры и т.д., которые активно используются для коммуникаций между потребителями, упрощая процессы взаимодействия, и в отдельных случаях, заменяют буквенные и числовые символы. Радиочастотная идентификация (RFID) – это технология, которая лежит в основе Интернета вещей (IoT). RFID-технологии стали базой для IoT, потому что они позволили компьютерам идентифицировать объекты в окружающем их мире. Сегодня смартфоны представляют собой доминирующую форму компьютеров в мире, однако RFID-метки ещё более распространены, и они дешевле [12].

Появление новой символики позволяет моделировать производственную функцию предприятий с учетом дополненной реальности. Например, в рамках проектных лабораторий судостроительного комплекса уже активно используются технологии дополненной и виртуальной реальности, позволяющие смоделировать в виртуальном пространстве результат проектирования цеха.

Таким образом, знаки становятся новым источником данных, которые являются результатом кодирования знаков с использованием определенных правил синтаксиса и описываются как полученные эмпирическим путем и зафиксированные факты, характеризующие отдельные действия объектов, процессов и явлений.

На рис. 2 представлен процесс преобразования знаков в данные, а затем информацию с использованием различных технологий, на базе которой формируются знания о потребителях, необходимые для принятия в дальнейшем стратегических управленческих решений.



Рис. 2. Процесс преобразования знаков в знания с использованием цифровых технологий

За счет использования цифровых технологий объем и скорость получения данных многократно увеличиваются (BigData, BI, технологии искусственного интеллекта и прочее), что трансформирует структуру информации, источники ее получения и способы интерпретации, что позволяет менеджменту промышленных предприятий принимать более обоснованные управленческие решения и моделировать бизнес процессы, рыночную среду, поведение потребителей.

Информация, обладающая статической природой, в свою очередь, складывается из совокупности данных в конкретном опытном контексте. Наконец, знания, вершина такой своеобразной пирамиды, возникает, когда промышленное предприятие целенаправленно объединяет некоторое количество информации в какой-либо предметной области для принятия управленческого решения и совершения запланированного действия.

Знания, безусловно, основаны на данных, причем, если рассматривать трансформацию данных в знания с точки зрения уровня информации, то этот процесс характеризуется все большим усложнением информационных структур и появлением многочисленных связей между ними.

Таким образом, с развитием цифровой экономики существенно смещаются акценты в процессе преобразования знаков в знания, поэтому для менеджмента промышленного предприятия ИТ-архитектура в рамках осуществления производственных бизнес-процессов приобретает первостепенное значение. В цифровой экономике существенно возрастает ценность знания, которые становятся источником интеллектуального развития промышленного предприятия.

Список литературы

1. *Marshall A.* Principles of Economics. 8. Aufl., London 1920. S. 55–56.
2. *Becker, G.S.* Investment in Human Capital: A Theoretical Analysis, in: Journal of Political Economy, Vol. 70, 1962, S. 9–44.
3. *Berger, P.L., Luckmann, T.* The Social Construction of Reality, Garden City (N.Y.) 1966.
4. *Sanchez R., Heene A.* Competence-based Strategic Management: Concepts and Issues for Theory, Research, and Practice, in: Competence-based Strategic Management, Heene, A., Sanchez, R. (Hrsg.), New York 1996. S. 39–62.
5. *Zahn, E., Foschiani, S., Tilebein, M.* Wissen und Strategiekompentenz als Basis für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen, in: Die Ressourcen- und Kompetenzperspektive des Strategischen Managements, Hammann, P., Freiling, J. (Hrsg.), Wiesbaden 2000. S. 47–68.
6. *Брукинг Э.* Интеллектуальный капитал. СПб: Питер, 2001. 288 с.
7. ВCG предупредила об отставании «цифровой» России от лидеров на 20 лет. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/10/06/2016/5759aed19a79470d3392e05d> (дата обращения 28.02.2018).
8. *Аренков И.А., Крылова Ю.В., Ценжарик М.К.* Клиентоориентированный подход к управлению бизнес-процессами в цифровой экономике // Науч.-техн. ведомости Санкт-Петербургского гос. политехн. ун-та. Экономические науки. 2017. №6. С. 18–30.
9. *Рудых Е.С.* Цифровая экономика: тенденции 2017. Режим доступа: <https://bi.hse.ru/data/2017/03/30/1168539465/%D0%9A%D0%A128.03%20-%20%D0%95%.pdf>. (дата обращения 28.02.2018).
10. *Мильнер Б.З.* Теория организации: М.: ИНФРА-М, 2004. С. 101–103.
11. *Мильнер Б.З.* Концепция управления знаниями в современных организациях // Российский журнал менеджмента. 2003. №1. С. 57–76.
12. Аналитический обзор симпозиума «Инновации 2016 года» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://theinnovatorsforum.org/sites/default/files/ie_whitepaper_2016_ru_mar30_0.pdf. (дата обращения 28.02.2018).

УДК 656

Бабаков Александр Владимирович
ООО «Газпром трансгаз Москва»

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ГАЗОТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМОЙ

Аннотация. Рассматриваются внутренние и внешние факторы для формирования стратегии плана развития газотранспортной компании, ее особенности как системы, сценарии формирования ее стратегии на практическом примере.

Ключевые слова: стратегический менеджмент, газотранспортная система, функциональные цели и стратегии.

BabakovAlexandr, V.
Gazprom Transgaz Moscow LLC

STRATEGIC PROBLEMS OF GAS TRANSPORTATION SYSTEM MANAGEMENT

Abstract. Discusses the internal and external factors for strategy of development plan development plan of gas transmission company, its features as a system, scenarios of the formation of its strategy on a practical example

Keywords: strategic management, gas transportation system, functional objectives and strategies.

Любая организация в процессе управления сталкивается с различными проблемами внутреннего и внешнего характера, именно для их решения возник менеджмент. Стратегический менеджмент родился не так давно (60–70-е годы XX века) как ответ на научно-техническую революцию, концентрацию производства и усиление конкуренции. Но именно на современном этапе экономического развития на первый план вышли стратегические проблемы управления, особенно для крупных хозяйственных систем, имеющих стратегическое значение для национальной экономики, к каковым следует отнести и российскую газотранспортную систему. Причины роста значимости стратегических проблем управления кроются в интенсивной глобализации экономики, усилении дефицита стратегических ресурсов, ускорении изменения условий внешней среды, особенно стратегических рисков (санкционная политика, повышение волатильности цен на энергоресурсы и валютных курсов), необходимости перехода на новый шестой технологический уклад.

В стратегическом плане значение газотранспортной системы в составе газовой промышленности трудно переоценить. Она обеспечивает экономическую и энергетическую безопасность страны, заметную долю доходов государственного бюджета (особенно экспортных доходов), социальную устойчивость развития регионов, стратегическое сырье для ключевых отраслей промышленности. Недаром появилось авторитетное мнение о том, что мировое общество стало «углеводородным». Не вдаваясь в терминологические рассуждения, примем в качестве рабочего определения стратегического управления хозяйственной системой как вида управления, направленного на планирование и достижение стратегических целей и реализацию выбранных стратегий развития на основе системного анализа факторов внешней и внутренней среды и оптимального распределения ресурсов. Для анализа стратегических проблем требуется понимание следующих особенностей стратегического управления: долгосрочный характер целей развития с их высокой значимостью для обеспечения эффективности управления, дифференциация влияния постоянно изменяющихся факторов внешней и внутренней среды, более высокий уровень рисков (неопределенности) при принятии решений на долговременный период и на высшем уровне управления, необходимость постоянной корректировки целей и стратегий, необходимость обеспечения соответствия системы (структуры) управления реализуемым стратегическим целям.

Для выявления стратегических проблем управления газотранспортной компанией следует представить ее анализ в качестве системы (поскольку современный стратегический анализ основан на системном подходе). Такая идентификация представлена в табл. 1. Присвоение определенных признаков различных видов систем предопределяется технологией и типом производства, видом выпускаемой продукции и услуг, сферами рынков потребления, сложившейся логистикой и типом используемой организационной структуры управления.

Таблица 1

**Идентификация газотранспортной организации
как определенного вида системы
по различным признакам классификации систем**

Признак классификации и вид системы	Определение выбранного вида системы	Факторы идентификации в рамках классификации
По сложности: сложная система (наряду с простыми и сверхсложными)	Система, обладающая большим количеством элементов и связей и поддающаяся стандартному анализу	Достаточно затратны в системном анализе, но не такой высокий уровень неопределенности, как в сверхсложных системах, не требуется применение трудоемких моделей (черный ящик)
По уровню централизации: иерархическая (кроме централизованных и децентрализованных)	Подсистемы принятия решений распределены по нескольким подчиненным уровням, каждый из которых выполняет часть функций принятия решений	Задачи предопределены, высокие требования к стыкам передачи информации: верхний и нижний уровень, перегрузка руководства, особенно при частых изменениях внешней среды и наверху
По расстоянию между элементами: рассредоточенная	Системы, расстояния между элементами которой существенны для организации	В связи со спецификой задач и технологии размещается на территории всей страны. Требуют больше затрат для связи и мониторинга
По типу связей между элементами: жесткая (наряду с корпускулярными)	Системы, имеющие жесткие связи между элементами, что обеспечивает хорошую управляемость, не устойчивы к экстремальным воздействиям внешней среды	Трубопровод как стационарная система размещается на одной территории долгое время, невозможен быстрый перенос. Сложно обеспечивать гибкость в управлении
По каналу воздействия: система управления по заданным воздействиям и отклонениям (наряду с системами управления по оценкам и возмущениям)	УВ по результатам обработки заданных значений координат объекта управления, поступающих из центра УВ по результатам обработки значений координат объекта управления, поступающих на выход системы	Основные каналы воздействия: жестко сформулированные планы с конкретными показателями, в том числе в натурально-вещественной форме; важнейшим критерием эффективности выступает выполнение плана (графика) – канал отклонений на выходе также является важным
По целям управляющего воздействия: система регулирования (наряду с системами координации, оптимального, адаптивного управления)	Система управления, цель которой заключается в обеспечении близости текущих значений одной или нескольких координат объекта управления к их заданным значениям	Важнейший канал воздействия – по отклонениям, соответствующий регулированию. Стратегическая оптимизация осуществляется на верхнем уровне, на уровне компании возможна локальная оптимизация для полного и современного выполнения плана (минимизация затрат, рисков и потерь)

Несмотря на большое количество элементов и связей в газотранспортной системе, ее трудно отнести к сверхсложной системе, которая не поддается стандартному анализу (не надо представлять как черный ящик). В газотранспортных системах сочетаются элементы централизации по одним функциям (финансы, стратегии) и децентрализации по другим (техническая, безопасности).

Поэтому такого рода компании можно отнести к иерархическим системам, при этом в рамках иерархической структуры для региональных газотранспортных компаний не доступен дивизиональный принцип построения структуры (цель – не прибыль, а выполнение плана по перекачке газа). Превалирование централизованного принципа построения системы управления транспортом газа обуславливается высоким уровнем концентрации в газовой промышленности. Газотранспортная система технологически является жесткой и рассредоточенной системой, поскольку ее производственные мощности должны размещаться на обширных территориях с обеспечением максимальной безопасности, обеспечиваемой в том числе прочностью и износостойкостью оборудования, в том числе в местах соединений различных подсистем.

Разработкой стратегии развития хозяйственной системы методологически требуется проведение анализа факторов внешней и внутренней среды [1]. Для газотранспортных систем сравнительно высокое значение имеют следующие внешние факторы:

1. Государство как фактор прямого воздействия. Данный фактор проявляется в активном регулировании государством деятельности газовой отрасли (тарифы, инвестиционная и экспортная политика, экология, контроль добычи и транспортировки газа, продвижение интересов газовой отрасли за рубежом на самом высоком уровне, импортозамещение). В стратегическом плане это означает то, что в стратегических целях должны присутствовать не только производственные и финансово-экономические показатели, но и задачи ускоренного инновационного развития и повышения социальной ответственности в регионах, в ряде которых газотранспортные компании выступают как градообразующие предприятия. Высокая роль государственного фактора в формировании стратегии газотранспортных предприятий проявляется не только в помощи и стимулировании повышения социально-экономической эффективности деятельности, но и в ограничениях, объективно обусловленных монопольным положением компаний газовой промышленности. Речь идет не столько о тарифном регулировании, сколько о порядке формирования стратегии газовой отрасли на основании стратегии более высокого уровня – государственной стратегии развития народного хозяйства. Таким образом, стратегия газотранспортных предприятий формируется уже на третьем уровне планирования после государственной стратегии и стратегии национальной компании газовой промышленности (ПАО «Газпром» и т.д.). При этом, следует отметить, что в большинстве зарубежных странах используется политика невмешательства государства в деятельность газовых предприятий, однако в России традиционно превалирует доктрина патернализма в данной отрасли вследствие поставленной статической цели по надежному обеспечению домашних хозяйств и бизнеса газовыми ресурсами. Надежность этого процесса обеспечивается наличием технико-экономических ограничений и контроля со стороны государства. К

счастью, газовой отрасли России в отличие от электроэнергетики удалось избежать бездумной либерализации, приведшей РАО «ЕЭС» к большим экономическим потерям, включая ряд техногенных катастроф. Политика государственного вмешательства в газовой отрасли последовательно обуславливается наличием естественной монополии ПАО «Газпром», контролирующей 95% производства газа, 24% мировой добычи газа, 50% потребностей России в энергоносителях, являющейся собственником Единой системы газоснабжения (созданной в советское время единой газотранспортной системы).

2. В качестве важнейших внешних факторов косвенного воздействия следует выделить международные экономические отношения и социальный фактор (социальная и экологическая ответственность).

Доля нефти и газа составляла обычно 75% в общем объеме экспорта России, более 50% в общем объеме доходов бюджета, около 16% в ВВП (эта величина меняется по мере изменения цен и объема продаж) и весьма существенна в валютных поступлениях. В последнее время значимым негативным фактором для газовой промышленности выступают падение цен и санкции США и ЕС. Минфин РФ оценивает потери российской экономики от падения цен на энергоносители на 30% в 90–100 млрд долл. в год (хотя падение цен было более глубоким). Потери РФ от санкций составляют 40 млрд долл. в год, по оценкам МФ РФ (А. Силуанов), или 2% ВВП (то есть за 3 года – 6%). Наиболее пессимистичную оценку потерь России от санкций дает журнал *The Economist*: 1 трлн долл. (744 млрд евро) [2]. Для газотранспортных предприятий проявление этих факторов означает снижение загрузки мощностей, сокращение производственного плана, как следствие – снижение уровня финансирования их деятельности, необходимость сокращения персонала с социальными рисками. Однако именно социальная ответственность является одной из важнейших задач, выделяемых газотранспортными предприятиями. Собственно, ПАО «Газпром» постоянно поддерживает проекты, направленные на развитие образования, культуры, науки, здорового образа жизни, спорта. Газотранспортные предприятия активно участвуют в этих проектах, оказывая значительное влияние на нейтрализацию неравномерности социально-экономического развития различных регионов страны. Для обеспечения охраны окружающей среды на этих предприятиях внедрена система экологического менеджмента.

Наиболее важным внутренним фактором для газотранспортных предприятий выступают технологии, именно этот фактор выступает основой достижения стратегической цели. Так, общая стратегическая цель ООО «Газпром трансгаз Москва» – наиболее полное удовлетворение потребностей клиентов при обеспечении устойчивого развития, роста экономической, технической и социальной эффективности общества. Достижение этой цели направлено на выполнение миссии ПАО «Газпром» в целом, которая заключается в надежном, эффективном и сбалансированном обеспечении потребителей природным газом, другими видами энергоресурсов и продуктами их переработки. Для этого требуется бесперебойная работа газового транспорта. На примере ООО «Газпром трансгаз Москва» можно сформулировать функциональные цели (стратегии), обеспечивающие достижение поставленной стратегической цели:

- 1) в производственно-технологической сфере: сбалансированное проведение работ по реконструкции и модернизации основных фондов (в том числе объектов инфраструктуры); проведение исчерпывающих мероприятий по обеспечению надёжности и равномерности поставок газа конечному потребителю; внедрение прогрессивных энергосберегающих технологий.
- 2) в инновационной сфере: разработка и внедрение новых методик диагностирования и предремонтного обследования объектов транспорта и распределения природного газа для определения сроков и приоритетов ремонта и реконструкции; интенсификация работ с внутрикорпоративными (закрытыми) и внешними (открытыми) инновациями; формирование эффективной корпоративной инновационной системы, позволяющей достигнуть лидерских позиций в отрасли; реализация стратегии непрерывных инноваций.
- 3) в коммерческой сфере (в том числе в сфере закупок): внедрение системы долго-, средне- и краткосрочного прогнозирования потребностей в ресурсах в целях своевременного проведения процедур закупок; вступление в стратегические альянсы с поставщиками (в том числе вхождение в состав профильных кластеров).
- 4) в сфере организации и управления: совершенствование системы проектного управления (в том числе с использованием элементов технологий Хосин Канри, Scrum, Agile); углубление автоматизации процессов производства и управления; внедрение системы регулярного прогнозирования и скользящего планирования производственно-технологического, финансово-экономического и социального развития общества.
- 5) в сфере работы с персоналом: совершенствование системы отбора и аттестации кадров в соответствии с профстандартами, на основе компетентностного подхода; совершенствование системы ключевых показателей эффективности для отдельных должностей и подразделений; выстраивание системной работы с высшими и средними специальными учебными заведениями по подготовке и привлечению профильных молодых специалистов; обеспечение социальной защиты работников, что позволяет конкурировать с более высокими зарплатами в иных предприятиях, не обеспечивающих социальных гарантий.
- 6) в финансовой сфере: совершенствование системы управленческого учета и использования его данных для решения задач бюджетирования и организации стимулирования работников; разработка и реализации программы сокращения издержек функционирования с использованием элементов системы бережливого производства; совершенствование системы прогнозирования потребностей в финансовых ресурсах и определения источников их удовлетворения.

В условиях высокой значимости отмеченных выше внешнеэкономических факторов при разработке комплексной программы производственно-технического развития ООО «Газпром трансгаз Москва» до 2030 г. были выделены 4 сценария реализации стратегии развития компании:

- 1) стопроцентное выполнение обязательств по транзиту газа в зарубежные страны по существующим маршрутам поставок;
- 2) стопроцентное выполнение обязательств по транзиту газа в зарубежные страны по альтернативным маршрутам поставок;
- 3) ограниченные объемы экспорта газа в зарубежные страны по существующим маршрутам поставок;
- 4) ограниченные объемы экспорта газа по альтернативным маршрутам поставок газа в Европу.

При этом при расчетах для реализации каждой стратегии были использованы следующие ключевые показатели:

- обеспечение надёжности и безопасности транспортировки газа;
- повышение объёмов поставок газа на внутренний рынок;
- снижение затрат на транспортировку газа;
- минимизация прироста тарифа на услуги по транспортировке газа.

Результаты расчетов позволили определить необходимые объёмы капитального ремонта и обновления основных производственных фондов и выбрать перспективные варианты реализации стратегии производственно-технического развития.

Список литературы

1. Кинг У., Клиланд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная политика. М.: Прогресс, 1982. 400 с.
2. Кравченко Л. Ущерб в санкционной войне. Портал «Центр Сулакшина», 10.01.2015.
3. Официальный сайт ООО «Газпром трансгаз Москва»: <http://moskva-tr.gazprom.ru/about/>

УДК 330.15

Беспалова Вероника Валерьевна

Санкт-Петербургский государственный
лесотехнический университет
им. С.М.Кирова

Кадырова Ольга Васильевна

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

АНАЛИЗ ПРАКТИКИ ФОРМИРОВАНИЯ АРЕНДНОЙ ПЛАТЫ ЗА ЛЕСОПОЛЬЗОВАНИЕ

Аннотация. В статье проведен анализ формирования арендной платы за лесопользование с учетом требований, предъявляемых нормативно-законодательной базой РФ; дана последовательность действий при формировании арендной платы за лесопользование; подведен итог, свидетельствующий, что существующая система платежей в лесном хозяйстве не соответствует экономической ситуации в настоящее время, что в свою очередь приводит к недооценке лесных ресурсов.

Ключевые слова: арендная плата за лесопользование, лесное хозяйство, лесопользование, арендные отношения, ставки платы.

Bespalova Veronika, V.
Saint-Petersburg State Forest Technical University
Kadyrova Olga, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

ANALYSIS OF PRACTICE OF FORMATION OF THE RENT FOR USE OF THE WOOD

Abstract. In article the analysis of formation of the rent for use of the wood taking into account requirements imposed by the standard legislative base of the Russian Federation is carried out; the sequence of actions when forming the rent for use of the wood is given; the result demonstrating that the existing system of payments in forestry doesn't correspond to an economic situation now that in turn leads to underestimation of forest resources is summed up.

Keywords: the rent for use of the wood, forestry, use of the wood, the rent relations, payment rates.

Современная структура лесопользования многогранна, и в этой связи существенное разнообразие имеют виды и способы использования леса. Статьей 25 Лесного кодекса РФ [1] установлены 16 видов лесопользования, размер арендной платы для которых определяется на основе минимального размера арендной платы, устанавливаемого в соответствии с частями 2, 3 и 4 статьи 73 ЛК РФ. В соответствии с этими нормативными документами возможны следующие способы определения арендной платы:

- при использовании лесного участка с изъятием лесных ресурсов минимальный размер арендной платы определяется как произведение ставки платы за единицу объема лесных ресурсов и объема изъятия лесных ресурсов на арендуемом лесном участке;
- при использовании лесного участка без изъятия лесных ресурсов минимальный размер арендной платы определяется как произведение ставки платы за единицу площади лесного участка и площади арендуемого лесного участка.

Утвержденная методика расчета арендной платы по договору аренды лесного участка отсутствует. Размер арендной платы по договору аренды лесного участка на новый срок без проведения торгов определяется в соответствии с методикой, утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 01.02.2016 №53 «Об утверждении методики определения размера арендной платы по договору аренды лесного участка, заключаемому в соответствии с пунктом 2 части 4 статьи 74 Лесного Кодекса Российской Федерации» [2].

Арендная плата рассчитывается в приложении №4 «Расчет арендной платы по договору аренды лесного участка, заключенного в целях использования лесов» типового договора аренды лесного участка, утвержденного постановлением Правительства РФ от 02.09.2015 №1003 «О типовом договоре аренды лесного участка» [3] на основании проекта освоения, утвержденного приказом Фе-

дерального агентства лесного хозяйства от 29.02.2012 №69 «Об утверждении состава проекта освоения лесов и порядка его разработки» [4].

В соответствии со статьей 74 ЛК РФ договоры аренды лесных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности, заключаются по результатам аукционов, проводимых путем повышения начальной цены предмета аукциона. На практике аукционная форма торгов имеет ряд недостатков, связанных с доминированием финансовой составляющей, что порождает риск участия в торгах недобросовестных участников. Применение конкурсной формы проведения торгов позволит устранить негативные стороны лесных аукционов и позволит в первоочередном порядке обеспечить древесиной лиц, осуществляющих ее глубокую переработку. Критерии выявления победителя при проведении конкурса будут включать в себя такие параметры, как создание и развитие современных объектов лесоперерабатывающей инфраструктуры, внедрение импортозамещающих, ресурсосберегающих и экологически безопасных технологий, переработку всей заготавливаемой древесины.

По договорам аренды лесных участков, заключенным в результате проведенных аукционов по продаже права аренды на заготовку древесины, применяется способ расчета по средневзвешенному разряду такс на основе данных о площади лесных кварталов, эксплуатационного запаса спелых и перестойных насаждений и разрядах такс, к которым отнесены лесные кварталы. Распределение разрешенного объема изъятия лесных ресурсов по товарности, категориям крупности рассчитывается на основе материалов проектирования лесных участков, данных лесоустройства и таксации лесов для каждого участка.

Формирование арендной платы производится в следующем порядке:

- 1) вычисление средневзвешенного разряда лесных такс;
- 2) приведение ставок лесных податей к средневзвешенному разряду лесных такс;
- 3) определение средних корневых запасов древесины возможной к отпуску на корню на одном гектаре и корректировка ставок лесных податей с учетом этих запасов;
- 4) корректировка ставок лесных податей с учетом способа рубок;
- 5) расчет товарной структуры запасов эксплуатационного фонда и запасов насаждений, предназначенных к вырубке при рубках ухода;
- 6) расчет товарной структуры ликвидной древесины ежегодных размеров рубки спелых и перестойных насаждений, а также погибших и поврежденных на лесных участках, переданных в аренду;
- 7) расчет контрольного размера арендной платы;
- 8) составление сравнительной ведомости расчетных и контрольных сумм арендной платы и акта проверки правильности расчета арендной платы.

Ежегодно в установленном порядке арендаторы подают лесную декларацию с приложением материалов отвода и таксации лесосек для заготовки древесины (чертежи, пересчетные ведомости, ведомости материально-денежной оценки, согласованные с арендодателем технологические карты разработки ле-

сосек и иные необходимые документы, оформленные в соответствии с установленными требованиями.

В сложившихся условиях арендных отношений происходит изъятие арендатором преимущественно ценных насаждений и параллельное накопление низкобонитетных хвойных и мягколиственных насаждений, не осваиваются малопродуктивные участки леса, что приводит к ухудшению показателей лесов. Методика по ежегодной корректировке арендной платы может изменить эту ситуацию.

Очень сложен механизм подготовки проведения аукционов, т.к. законодательно не установлен порядок определения превышающей части над минимальным размером платы, входящей в состав начальной цены предмета аукциона. Исходя из ч. 4 ст. 79 ЛК РФ [1], начальная цена предмета аукциона не может быть ниже минимального размера арендной платы. Других границ начальной цены законодательство не определяет. До внесения в июле 2008 г. дополнений в ст. 79 ЛК РФ, из которых ясно следует, что начальная цена предмета аукциона не обязательно равна минимальному размеру арендной платы.

В ряде регионов приняты правовые акты, устанавливающие региональные повышающие коэффициенты к ставкам платы за единицу объема лесных ресурсов и ставкам платы за единицу площади лесного участка, находящегося в федеральной собственности. В некоторых из них сложилась не единообразная судебная практика по обжалованию указанных действий

В настоящее время наиболее доступные с экономической точки зрения лесные участки находятся в пользовании у посредников, занимающихся перепродажей леса на корню. Такая практика распространена во всех основных лесных регионах страны. Сегодня средняя цена продажи древесины «на корню» такими «псевдо-арендаторами» составляет около 500 рублей за 1 кубометр [5].

Постановлением Правительства Российской Федерации от 22.05.2007 №310 «О ставках платы за единицу объема лесных ресурсов и ставках платы за единицу площади лесного участка, находящегося в федеральной собственности» (далее – Постановление №310) установлены ставки платы за единицу объема лесных ресурсов и ставки платы за единицу площади лесного участка, находящегося в федеральной собственности.

Ставки платы увеличиваются на основании коэффициентов индексации. К ставкам платы за единицу объема древесины, заготавливаемой на землях, находящихся в федеральной собственности, в 2008 году Федеральным законом от 24.11.2008 №204-ФЗ установлен коэффициент индексации в размере 1,15, в 2009 году Федеральным законом от 24.07.2007 №198-ФЗ коэффициент индексации 1,3. За пятилетний период с 2010 по 2014 гг. ставки не повышались. В 2015 году постановлением Правительства РФ от 17.09.2014 №947 установлен коэффициент индексации в размере 1,37, в 2016 году – 1,43. Постановлением Правительства РФ от 14.12.2016 №1350 установлен коэффициент на 2017 год – 1,51.

Ставки платы за единицу объема древесины за последние 5 лет (2012–2016 гг.) увеличились на 10%, при этом розничные цены по данным Росстата увеличились значительно выше: пиловочник хвойный – на 30%, кряж фанерный – на 38,5%, баланс хвойный – на 35,7%, баланс лиственный – на 25,5%.

Повышение ставок платы является незначительным, исторически сложившаяся система платежей в лесном хозяйстве не отвечает реальной экономической ситуации и приводит к серьезной недооценке лесных ресурсов. Сформированные Постановлением №310 минимальные размеры ставок платы и лесотаксовое районирование требуют пересмотра с учетом новых условий развития лесного хозяйства и лесного комплекса.

Список литературы

1. Лесной кодекс Российской Федерации от 04.12.2006 №200-ФЗ.
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 01.02.2016 №53 «Об утверждении методики определения размера арендной платы по договору аренды лесного участка, заключаемому в соответствии с пунктом 2 части 4 статьи 74 Лесного Кодекса Российской Федерации».
3. Постановление Правительства РФ от 02.09.2015 №1003 «О типовом договоре аренды лесного участка».
4. Приказ Федерального агентства лесного хозяйства от 29.02.2012 № 9 «Об утверждении состава проекта освоения лесов и порядка его разработки».
5. Выступление зам. министра МПР РФ И.В. Валентика на III заседании Оргкомитета по проведению в России года Экологии от 25.04.2017 г. [Электронный ресурс] (http://www.rosleshoz.gov.ru/activity/politics/docs/orders/2/2917-04-25_doklad_1.pdf) (дата обращения: 04.12.2017).

УДК 338.2

Герасимов Кирилл Борисович
Самарский национальный
исследовательский университет

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В работе рассмотрена модель формирования инновационной стратегии промышленного предприятия. Охарактеризованы основные этапы данной модели. На примере промышленного предприятия показано применение модели инновационной стратегии в контексте стратегии «фиксация сегмента рынка». Обоснован выбор стратегии горизонтальной диверсификации, для создания собственного кислородного цеха.

Ключевые слова: стратегия, инновация, предприятие, модель, производство.

Gerasimov Kirill, B.
Samara National Research University

FORMATION OF THE ENTERPRISE'S INNOVATIVE STRATEGY

Abstract. The model of formation of innovative strategy of an industrial enterprise is considered in the work. The main stages of this model are characterized. The example of an industrial enterprise shows the application of the innovation strategy model in the context of the

strategy of “fixing the market segment.” The choice of the strategy of horizontal diversification is substantiated, for creation of own oxygen shop.

Keywords: strategy, innovation, enterprise, model, production.

В условиях постоянных кризисных явлений в экономике России инновационная деятельность предприятия выступает как важнейший фактор обеспечения стабильности его функционирования, экономического роста и конкурентоспособности. «Долгосрочное планирование уступает место стратегическому планированию. Задача стратегического планирования состоит в достижении целей организации путем оптимального использования её внутренних переменных (существующего потенциала) с учетом факторов внешней среды и приведении потенциала организации в соответствие с требованиями изменяющейся внешней среды для обеспечения конкурентоспособности и эффективного функционирования в будущем» [6].

Парадокс сегодняшней жизни заключается в том, что порой невозможно реально планировать, реализовывать оптимальные и конкретные ситуации, принимать инновационные управленческие решения, которые естественны в условиях открытого (бессанкционного) рынка, но могут не понравиться любому чиновнику на уровне района, не говоря уже о более высоких инстанциях. Многие хозяйственные явления могут быть достаточно рискованными.

В таких условиях одни руководители предприятий стараются избегать принятия инновационных решений, другие просто не понимают этой необходимости, третьи не умеют правильно оценить исходную ситуацию и выбрать эффективную стратегию. Складывается противоречие между всё возрастающей ролью инноваций в деятельности предприятий и нежеланием, а иногда и неумением, руководства предприятия прибегать к помощи давно назревших изменений в его работе.

Решение этого противоречия обусловило цель настоящей работы: на основе анализа внешней и внутренней среды предприятия ООО «Спецпроизводство», сформировать инновационную стратегию предприятия.

Принятие менеджером решения о том или ином направлении действий имеет значение не только для него, но и для предприятия и других работников в целом. Эти решения могут сильно влиять на жизнь многих людей.

На основе традиционной схемы принятия управленческих решений [2] и анализа деятельности предприятия ООО «Спецпроизводство», предлагается следующая модель разработки инновационной стратегии предприятия (рис. 1).

Рассмотрим более конкретно основные этапы данной модели.

Диагностика исходной ситуации. Элементами могут быть внешние воздействия, влияния, организационные структуры, объекты, связи разных типов, любые другие элементы важные для ситуации.

Диагностика исходной ситуации поставлена на первое место из всех этапов не случайно. Применительно к ООО «Спецпроизводство» назрела необходимость изменить существующую ситуацию. В целом, существующая стратегия позволяет достигать поставленных целей и соответствует миссии организа-

ции. Тем не менее, открывающиеся перед этой организацией возможности используются не в полной мере и недостаточно эффективно.



Рис. 1. Модель разработки инновационной стратегии ООО «Спецпроизводство»

В ходе анализа сильных и слабых сторон данной организации были выявлены некоторые недостатки в её деятельности, способные приобрести в ближайшем будущем угрожающий характер и поставить под сомнение возможность дальнейшего эффективного существования предприятия. Выделим среди этих недостатков главные:

- отсутствие маркетинговой службы на предприятии;
- отсутствие четкой стратегии деятельности;
- зависимость от поставщиков, их запросов, возможность пострадать от нерасторопности поставщиков;
- средний конкурентный статус.

Тенденция развития исходной ситуации такова, что, учитывая привлекательность зоны хозяйствования для конкурентов, все эти недостатки могут привести к тому, что ООО «Спецпроизводство» будет вытеснено с рынка сбыта другими предприятиями. Причем эта угроза достаточно реальна. Фирме стоит подумать об укреплении своих позиций и о том, чтобы усовершенствовать нынешнюю стратегию.

Определение цели. Цель ООО «Спецпроизводство» можно сформулировать следующим образом: упрочить своё положение среди конкурентов на рынке сбыта, повысить конкурентный статус предприятия. Отметим, что данная цель обеспечивает движение к поставленным перед организацией и его структурными подразделениями целям.

«Известно, что в происхождении целей могут быть несколько источников» [3]. В случае с ООО «Спецпроизводство» возникновение цели обусловлено осознанием собственных проблем и задач, потребностью рынка.

Выбор критериев решения задачи. При всём многообразии наборов используемых критериев они чаще всего могут быть отнесены к одной из следующих групп:

- финансово-экономические критерии;
- нормативные критерии;
- критерии обеспеченности ресурсами;
- критерии соответствия факторам успеха;
- стратегические критерии.

Рассмотрим финансово-экономические критерии деятельности ООО «Спецпроизводство». К таким критериям можно отнести: стоимость проекта и источники финансирования; рентабельность (отдача капитальных проектов); оценка потенциального спроса на продукты, производимые предприятием с помощью новых технологических процессов; изменение объема продаж.

Также при выборе альтернативы решения проблемы будем пользоваться нормативными критериями. Это требования стандартов и экологические требования. Несоблюдение какого-либо из нормативных критериев может сделать потенциально эффективный проект просто невыполнимым [5].

«Не последнее место занимают и ресурсные критерии, которые также могут определить принципиальную возможность осуществления инновационного проекта» [1]. Среди них выделим научно-технические ресурсы (наличие необходимого научно-технического задела, специалистов соответствующего профиля и квалификации) и производственные ресурсы (наличие мощностей для производства, разработанного инновационного продукта), а также сырьевые ресурсы.

Направления инновационной деятельности и отдельные проекты будем также оценивать с позиций приемлемости прогнозируемых сроков достижения результата (выход на рынок) [4].

Центральным звеном в модели разработки инновационной стратегии ООО «Спецпроизводство» является *поиск альтернатив решения задачи и выбор оптимального решения задачи*.

Проведённый анализ ООО «Спецпроизводство» показывает, что данная организация, возможно сама того не подозревая, придерживается подхода к выбору стратегии – фиксация сегмента рынка. Действительно, выбрав в качестве сегмента рынка зону промышленных предприятий г. Самары, находящихся рядом друг с другом, она успешно (в необходимой мере для своего существования) на нём функционирует. В рамках данного подхода ООО «Спецпроизводство» уже имеет сформировавшийся круг потребителей своей продукции, чьи потребности в электродах постоянны (в силу специфики своей работы – сварочных работ) и в достаточной мере изучены. Стоит отметить, что практически все потребители продукции ООО «Спецпроизводство» находятся в непосредственной близости от неё.

ООО «Спецпроизводство» стоит сохранить существующий подход к выбору стратегии – фиксация сегмента рынка, тем более есть соответствующий опыт работы.

В рамках подхода к выбору стратегии «Фиксация сегмента рынка» можно предложить два стратегических плана (альтернативы) развития организации ООО «Спецпроизводство»:

1. Стратегия обратной вертикальной интеграции. Создание собственного цеха по производству электродов повысит эффективность деятельности предприятия. Этот шаг уменьшит зависимость организации от поставщиков, устранит риск срыва поставки очередной партии, позволит варьировать систему ценообразования.

Данная стратегия совместима с общими целями, ценностями и миссией ООО «Спецпроизводство». Она позволит организации свести к минимуму число некачественных товаров, своевременно и в необходимом количестве обеспечивать электродами своих потребителей, самостоятельно регулировать объём выпускаемой продукции, влиять на её цену, контролировать запасы электродов на складе. Важным моментом при выборе данной стратегии является наличие соответствующей технологии и специалистов.

Таким образом, стратегия обратной вертикальной интеграции извлекает преимущества из сильных сторон ООО «Спецпроизводство», не возлагает слишком больших надежд на области, которые являются слабым местом этой организации.

2. Стратегия горизонтальной диверсификации. Выбор данной стратегии основан на анализе потребителей продукции ООО «Спецпроизводство». Главным образом, ими являются промышленные предприятия, которые в процессе своей деятельности нуждаются не только в электродах, но, например, в кислороде, используемым при резке металлов. Более того, эти предприятия вынуждены постоянно обращаться за необходимым продуктом в организации, расположенные в неудобном месте, нести расходы по транспортировке баллонов с кислородом. Данный факт ООО «Спецпроизводство» может выгодно использовать. Открытие кислородного цеха удовлетворит спрос на кислород на выбранном организацией участке рынка. Фирма должна предварительно оценить свою компетентность в области производства кислорода, позаботиться о необходимых специалистах и надлежащей технологии. Стратегия горизонтальной диверсификации также вполне реальна и осуществима.

Таким образом, имеются две альтернативы решения задачи повышения конкурентного статуса ООО «Спецпроизводство»: создание электродного цеха (стратегия обратной вертикальной интеграции) и создание кислородного цеха (стратегия горизонтальной диверсификации). Отметим, что указанные варианты являются приемлемым потенциальным решением поставленной проблемы, они совместимы с возможностями организации, обе предполагают допустимую степень риска, организация обладает достаточными ресурсами для реализации как стратегии обратной вертикальной интеграции, так и стратегии горизонтальной диверсификации.

Проведем оценку альтернатив на основе выбранных критериев (табл. 1).

Выбор оптимального стратегического плана

Критерий	Создание электродного цеха	Создание кислородного цеха
Стоимость проекта	Сравнимы	Сравнимы
Рентабельность	Сравнимы	Сравнимы
Спрос на продукцию	Есть	Есть
Объем продаж	Не изменится	Увеличится
Наличие специалистов	Нет	Нет
Наличие мощностей	Нет	Нет
Сырьевая база	В наличии нет	Не требуется
Срок выхода на рынок	1 год	1 год
Экологические требования	Сравнимы	Сравнимы

Таким образом, имеющиеся альтернативы сопоставимы по таким критериям, как стоимость проекта, его рентабельность, срок выхода на рынок, по экологическому критерию. Спрос на предлагаемую продукцию (электроды и кислород) имеется. Обе стратегии требуют привлечения необходимых специалистов и создания соответствующих производственных мощностей. Однако создание кислородного цеха не требует никакой сырьевой базы, а для выпуска электродов требуется ряд компонентов, среди которых рутиловый концентрат, мрамор, тальк, целлюлоза, жидкое стекло, песок, ферромарганец и др. Кроме того, выбор выпуска новой продукции увеличит объем продаж.

Заметим, что все преимущества стратегии обратной вертикальной интеграции (создание собственного электродного цеха) сохраняются при выборе стратегии горизонтальной диверсификации (создание собственного кислородного цеха). То есть организация может свести к минимуму число некачественных товаров, своевременно и в необходимом количестве обеспечивать продукцией своих потребителей, самостоятельно регулировать объем выпускаемой продукции, влиять на её цену, контролировать запасы продукции на складе.

В результате проделанного анализа двух стратегий (стратегии обратной вертикальной интеграции и стратегии горизонтальной диверсификации), предлагается остановить свой выбор на стратегии горизонтальной диверсификации, то есть на создании собственного кислородного цеха.

Отметим, что в действительности стратегии обратной вертикальной интеграции и горизонтальной диверсификации вполне совместимы и могут быть реализованы ООО «Спецпроизводство» одновременно.

Список литературы

1. *Бездудная А.Г., Кухарь В.С.* Методика стратегического управления инновационной деятельностью на предприятии // Журнал правовых и экономических исследований. 2013. №2. С. 75–77.

2. Богатырев В.Д., Герасимов Б.Н. Основы теории управления экономическими системами. Самара: Изд-во Самар. гос. аэрокосм. ун-та, 2008. 260 с.
3. Герасимов Б.Н. Корпоративное управление. Самара: СФ ГОУ ВПО МГПУ, 2008. 374 с.
4. Герасимов Б.Н. Проектирование экономических систем. Самара: СИБиУ, 2014. 383 с.
5. Иванов Д.Ю., Шаркевич В.И. Моделирование механизмов управления проектами промышленных предприятий // Интеграл. 2010. №3. С. 74–76.
6. Мастеров А.Г., Беликова Е.В. Практикум по стратегическому менеджменту. Волгоград: ВГАФК, 2012. 217 с.

УДК 334.7:005:364-78

Герасимова Елена Александровна
Чаплина Альбина Николаевна
Сибирский федеральный университет, Красноярск

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности управления предпринимательскими организациями промышленных комплексов, выделяются принципы стратегического развития предпринимательских организаций, определена роль социальной ответственности в дальнейшем стратегическом развитии организации, повышении эффективности ее деятельности.

Ключевые слова: предпринимательская организация, социальная ответственность, принципы стратегического развития, модели социальной ответственности.

Gerasimova Elena, A.
Chaplina Albina, N.
Siberian Federal University, Krasnoyarsk

THE ROLE OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE ORGANIZATION

Abstract. The article deals with the management features of enterprise organizations in industrial complexes, principles of strategic development of the enterprise organizations are allocated, defined the role of social responsibility in the further strategic development of the organization, increasing efficiency of its activity.

Keywords: business organization, social responsibility, principles of strategic development, models of social responsibility.

В современных условиях хозяйствования остро поднимается вопрос о конкурентоспособности промышленности России, нахождении путей и применении современных методов управления для вывода данного комплекса на совершенно новый уровень развития. Если говорить о развитии промышленности в Краснояр-

ском крае, то основной проблемой, которая сдерживает эффективное и гармоничное развитие, является произошедшая в годы рыночных реформ деиндустриализация индустриальных районов края, расположенных в зоне сплошного хозяйственного освоения, примыкающих к Транссибирской магистрали. В условиях перехода на рыночные отношения и резкого сжатия внутреннего рынка страны при одновременном открытии отечественного экономического пространства, перерабатывающий сектор страны не выдержал конкурентной борьбы с зарубежным производителем в изменившихся экономических условиях, что привело к закрытию и сокращению производства целого ряда предприятий, распаду хозяйственных связей и комплексов [6, с. 4]. На наш взгляд, решению данных проблем может помочь развитие предпринимательства и ставка на человеческий капитал.

В экономике крупных городов России все более значимое место занимает предпринимательство. Предпринимательство – это стиль хозяйствования, которому присущи принципы новаторства, постоянной инициативы, ориентации на нововведения в процессы производства, маркетинга, распределения и потребления товаров и услуг. Роль предпринимательства в жизни городов нельзя недооценивать: оно дает новые рабочие места, осуществляет отчисления в бюджет города, предлагает важные и востребованные товары и услуги.

Предпринимательская организация на основе инициативы собственников, групп с общими интересами и менеджеров разрабатывает стратегию, которая создает предпосылки для долговременного и равномерного роста, а их разделением на более короткие интервалы одновременно планирует все необходимые операции так, чтобы был достигнут и кратковременный эффект [3, с. 301]. Предпосылкой создания качественной и реализуемой стратегии является необходимость принимать во внимание принципы стратегического развития предпринимательской организации (рис. 1).

Широкое распространение в деятельности современных предпринимательских организаций сегодня получает концепция устойчивого развития при разработке стратегических задач, находит отражение во многих российских и международных регламентах осуществления хозяйственной деятельности, и опирается в первую очередь на принципах социальной ответственности бизнеса перед персоналом и обществом в целом.

На наш взгляд, такое требование времени основывается на увеличении масштабов контроля государственных органов, общественных организаций за деятельностью предприятий и осознанием бизнесом, что внимание к здоровью и обучению персонала, а также меры по социальному развитию территорий оказывают серьезное влияние на показатели конкурентоспособности. Социальная ориентация предприятия ведет к повышению его деловой репутации и в дальнейшем росту рыночной стоимости бизнеса.

Проблемы социальной ответственности приобретают сегодня глобальный характер, привлекая к решению многие международные организации и предприятия различных видов деятельности. По мнению Короткова Э.М.: «Устойчивое развитие – это такие преобразования, которые удовлетворяют потребности настоящего времени, но не ставят под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности» [1, с. 261].



Рис. 1. Принципы стратегического развития предпринимательских организаций

В научной литературе выделяют следующие модели социальной ответственности (рис. 2): американскую, европейскую и японскую [5, с. 16].

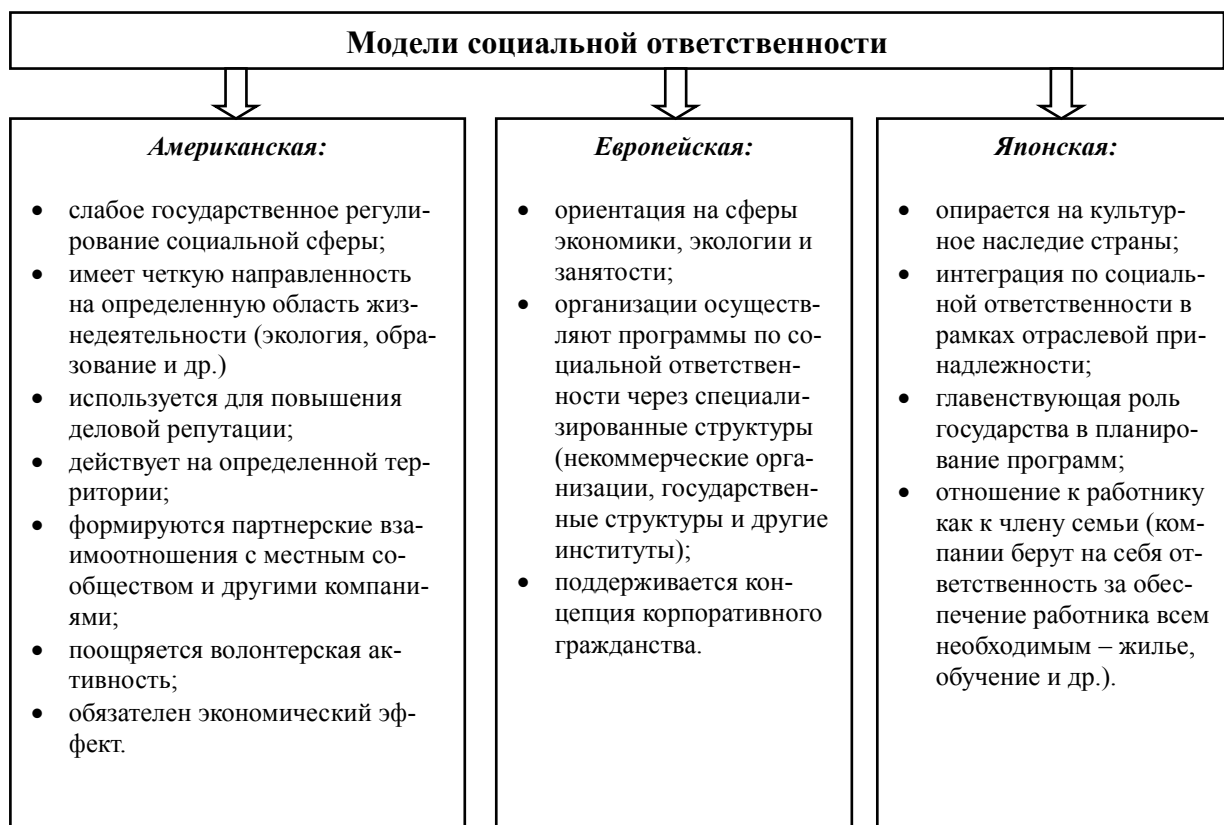


Рис. 2. Модели социальной ответственности бизнеса

В отношении российского бизнеса нельзя говорить о какой-то одной модели социальной ответственности. Российские предприятия строят свои программы на основе градообразующего бизнеса, добровольной благотворительности, на основе выгод от разрешения от местных органов на ведение дел или же на основе социального партнерства. Однако роль социальной ответственности возрастает и это вызывает необходимость методологического и организационного обеспечения интеграции социальной ответственности и стратегического планирования на предприятиях.

В современных условиях хозяйствования российские предприятия могут использовать в своей деятельности элементы разных моделей социальной ответственности и на основе стратегического подхода разрабатывать направления развития бизнеса с учетом принципа социальной ответственности, что позволит получать новые конкурентные преимущества [2, с. 3].

П. Друкер считал, что социально-ориентированное предприятие «превращает социальные проблемы в экономическую возможность и экономическую выгоду, в производственные мощности, компетентность персонала, хорошо оплачиваемую работу и, наконец, богатство» [4, с. 103]. Соответственно это влечет за собой не только устойчивое развитие предприятия и лояльное отношение к нему как персонала, так и клиентов, но и благополучие населения в целом, повышение уровня его качества жизни.

Под социальной ответственностью бизнеса подразумевается обязательное выполнение норм и требований законодательства по отношению к персоналу и к обществу в целом, а также добровольное участие в развитии и решении проблем территорий, где предприятие осуществляет свою деятельность, что подразумевает социальные инвестиции. В рамках конкретных предприятий социальная ответственность может проявляться в следующем: действия работодателя в отношении персонала (достойная зарплата, социальное обеспечение, обучение, улучшение условий труда и жизни); формирование партнерских взаимосвязей с поставщиками и покупателями через развитие так называемых «отношенческих активов»; участие совместно с государственными органами власти, местным сообществом в решении социальных проблем различных территорий; обеспечение экологической безопасности своей деятельности, рациональное использование природных богатств.

Эффективность социальных программ можно проследить по изменению следующих показателей деятельности предприятия: рост объемов продаж, снижение затрат предприятия, укрепление позиций бренда, повышение инвестиционной привлекательности, улучшение деловой репутации, повышение удовлетворенности работой и укрепление сплоченности персонала, рост капитализации, а также расширение возможностей привлечения профессиональных кадров. Необходимо отметить, что деятельность по социальной ответственности требует серьезной организации и привлечения профессионального персонала, разработки организационных регламентов (кодекс корпоративной этики и др.), формирования стратегии устойчивого развития (с учетом социальных затрат), а также отчетов о социальной ответственности. Как показывает опыт крупных компаний такие меры несут как экономический, так и социальный эффект и ведут к капитализации бизнеса.

Список литературы

1. Корпоративная социальная ответственность: Учебник для бакалавров / Э.М. Коротков, О.Н. Александрова, С.А. Антонов [и др.]; Под ред. Э.М. Короткова. М.: Издательство Юрайт, 2014. 445 с.
2. Волокушин Д.В. Формирование социально ориентированной стратегии предприятия на основе системы сбалансированных показателей: Автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Волокушин Д.В. Пенза, 2013. 23 с.
3. Кашишай Штефан. Предприятие и предпринимательство: Пер. со словац. В 5 т. Т. 1. Предпринимательская среда: изменение структуры собственности в период экономической трансформации. М.: Наука, 2011. 694 с.
4. Милкина И.С. Корпоративная социальная ответственность в стратегическом управлении / И.С. Милкина // Актуальные вопросы экономических наук. 2011. №19. С. 103–106.
5. Борис О.А. Активизация создания социально ориентированных инновационных предприятий: российский и зарубежный опыт управления // Социально-экономические явления и процессы. 2013. №7(053). С. 14–18.
6. Стратегия социально-экономического развития Красноярского края на период до 2020 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://econ.krskstate.ru/dat/File/11/Strategiya-16.05.pdf> (дата обращения: 12.02.2018).

УДК 334

Головинов Петр Николаевич
Карлик Александр Евсеевич
Коростелев Степан Михайлович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ КАК ПРОЦЕСС КОМПЕНСАЦИИ ИСКАЖЕНИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ РЕСУРСНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы импортозамещения в России как процесса, имманентного геополитическим и геоэкономическим ограничениям. Анализируются позитивные и негативные стороны. Показаны особенности импортозамещения в условиях ресурсных ограничений и новых тенденций в развитии российской промышленности.

Ключевые слова: импортзамещение, ресурсы; экономическое развитие, рыночная экономика.

Golovinov Petr, N.
Karlik Alexander, E.
Korostelyov Stepan, E.
Saint-Petersburg State University of Economics

IMPORT REPLACEMENT AS PROCESS OF INDEMNIFICATION OF DISTORTION OF ECONOMY IN THE CONDITIONS OF RESOURCE RESTRICTIONS

Abstract. In article, problems of import replacement in Russia, as process immanent to geopolitical and geoeconomic restrictions are considered. Are analyzed positive and negative sides. Features of import replacement in the conditions of resource restrictions and new tendencies in development of the Russian industry are shown.

Keywords: import substitution; resources; economic development; market economy.

Тема политики импортозамещения и ее целесообразности возникала в свое время во всех развитых странах в период индустриализации. Нам представляется, что этот этап является обязательным этапом строительства сильной, диверсифицированной государственной экономики и важнейшим инструментом, позволяющим обеспечить в определенной степени политическую и экономическую независимость государства от меняющейся внешней среды. При этом суть импортозамещения как экономического процесса практически остается неизменной во всех исследованиях, однако определения понятия «импортозамещения» варьируются. Так, Википедия определяет термин «импортозамещение» как замещение импорта товарами, произведенными внутри страны [1]. Наверное, нет смысла анализировать ряд других определений, поскольку практически каждый из исследователей в данной области пытается дать свое определение, как правило, сущностно ничем не отличающееся от приведенного. Тем не менее, во многих работах импортозамещение предстает как частное явление, имеющее достаточно ограниченный период. На наш взгляд, это должна быть кардинальная трансформация ряда сфер экономики (в том числе за счет мультипликативного эффекта), к которой относится «блокируемая» импортная продукция.

Дискуссия о позитивном или негативном влиянии импортозамещения на экономику государства длится уже сотни лет, равно как и дискуссия о вмешательстве государства в экономику. Абсолютно правильно отмечается, что «на протяжении многих столетий основным спусковым механизмом, запустившим новую волну развития импортозамещения в стране, являлись геоэкономические и геополитические угрозы» [2]. При этом в ряде других работ отмечается, что импортозамещение может развиваться по двум сценариям: первый, так называемый естественный, – когда «выдавливание» зарубежных товаров происходит за счет роста конкурентоспособности отечественной продукции и предприятий, при минимально возможных протекционистских мерах государства. Второй – искусственный, когда в условиях каких-либо геополитических и геоэкономических потрясений страна закрывает ввоз иностранных товаров, или на ввоз накладываются ограничения со стороны зарубежных производителей, что должно побудить отечественного производителя покрывать имеющийся спрос за счет собственных ресурсов.

Тем не менее, при всей его пользе в отдельных периодах, злоупотребление данным подходом в рамках управления экономикой страны представляется негативным, так как излишне ограничивающие иностранных конкурентов протекционистские меры увеличивают риски, связанные, в первую очередь, со снижением конкурентоспособности продукции, производимой на отечественных предприятиях ввиду отсутствия или снижения конкуренции со стороны аналогичных импортных товаров-заменителей. Представляется необходимым, в условиях применения подходов импортозамещения, четко определить сферы экономики, в которых соответствующая политика будет обоснована (экономически, политически, социально и др.) и, главное, результативна. Тезис о том, что каждая страна должна в первую очередь специализироваться на производ-

стве продукции, в которой у нее имеются наибольшие компетенции или потенциал и ресурсы, в принципе, никто не отменял, однако следование ему предполагает стабильность международной обстановки, равноправие государств на всех видах рынков и т.п., рьяно пропагандируемое в рамках ВТО. В данном случае импортозамещение, вызванное соответствующими санкциями или же просто мерами торговой войны США против «вся и всех», можно рассматривать как определенную компенсацию нарушения принципов (искаженности) рыночной экономики и ВТО.

Сама по себе проблема импортозамещения в России не нова, но в современных условиях получила новое звучание. Самое главное, с нашей точки зрения (и что подтверждает опыт ряда стран), что само по себе импортозамещение не должно являться целью; в данном случае оно является только процессом, инструментом, но инструментом, корректное использование которого может привести к позитивным результатам во многих отраслях российской экономики с точки зрения повышения конкурентоспособности предприятий и регионов.

Известно, например, что именно политика импортозамещения в ряде стран Латинской Америки к 1980-м годам XX века привела к экономическому кризису в этих странах и просто привела к негативным результатам (потеря конкурентоспособности, финансовый кризис, снижение уровня жизни и др.) [3]. Необходимо понимать, с чем был связан такой результат. По нашему мнению, проблема состояла в том, что преследовались текущие цели – ухода от прямой зависимости от импортной продукции, жизненно важной для функционирования экономики этих стран. Вопрос о повышении конкурентоспособности и экономическом росте как-то оставлялся для будущего, хотя не раз писалось, что приоритеты импортозамещения действуют лишь на начальном этапе данного процесса, когда страна (регион, предприятие, корпорация) предполагает вернуть себе ранее потерянные позиции на рынке. При этом определенные попытки выйти на мировые рынки делались и вне рамок последней компании по импортозамещению, однако, на наш взгляд, по отдельным видам деятельности и продукции время было упущено. Так, в рамках разработки Концепции развития промышленного комплекса Санкт-Петербурга до 2020 года было показано, что одним из основных ограничений развития регионального промышленного комплекса было то, что ставка была сделана на рынки (сектора и отрасли), технологический и инвестиционный бум в которых закончился, по крайней мере, в конце 90-х годов: традиционные технологические сектора (например, автомобилестроение), фармацевтику, информационные технологии, включая электронику; бум в автомобилестроении закончился в 50-е, в электронике и бытовой технике – в 60-70-е, фармацевтике – 80-е, IT – 90-е; эти сектора уже сложились как олигополистические [4; 5].

Как правило, большинство источников трактует политику импортозамещения как неэффективную, которая в результате приводила к снижению конкурентоспособности, а закрытость рынка не давала возможностей технико-технологического развития. По сути, импортозамещением начиная с 1930-х годов занимались практически все отрасли промышленности СССР [6], хотя говорить о том, что наша страна стала полностью независимой от внешней среды, было бы неправильно. В рамках Совета экономической взаимопомощи (СЭВ) в

СССР использовалась продукция судостроения ГДР и Польши, чехословацкого машиностроения и др. Тем не менее, анализ показывает, что импорт машин и оборудования из социалистических стран носил ограниченный характер. Так, например, с середины 1950-х годов и до 1990 года было импортировано из Венгрии 143 тыс. пассажирских автобусов «Икарус» [7], в то время как только за период 1970–1980 гг. на 43 заводах СССР было произведено 717 570 автобусов [8]. Т.е. импорт составлял не более 20% внутреннего производства, а отдельные виды продукции импортировались не вследствие их дефицита, но для поддержки ряда производств в социалистических странах.

Позитивность политики импортозамещения, преимущественно для развивающихся государств, в том или ином виде обосновывается рядом тезисов, в частности следующими:

- в условиях глобальной конкуренции и внешнего политического давления развитие собственного производства взамен импорта дает возможность сохранить если не независимость, то хотя бы определенную безопасность структурообразующих отраслей, обеспечивающих экономическую, политическую и военную безопасность страны. При этом эффективность (экономическая) ставится на второй план;
- как правило, экономическая закрытость и импортозамещение являются необходимым этапом на пути к повышению конкурентоспособности предприятий и государства в целом;
- возможность реализации мультипликативного эффекта в отраслях смежных с импортозамещающими (или, скорее, импортонезависимыми) производствами. Это особенно ярко проявилось в СССР при реализации таких мегапроектов, как создание ракетно-космической отрасли, ядерной энергетики и др. Естественно, это было не импортозамещение в тривиальном понимании, использовался опыт зарубежных стран, по возможности промышленное оборудование, материалы, а также возможности привлечения зарубежных специалистов.

Политику импортозамещения в различный период своего существования использовали в том числе и развитые страны, однако, как правило, она не приводила к значимым и, самое главное, долгосрочным, положительным результатам, поскольку сама по себе давая эффект в краткосрочном периоде, не обеспечивала устойчивого развития экономики. Проблема одновременно состояла в том, что товары национальных производителей, будучи востребованы преимущественно на внутреннем рынке (ввиду низкой конкурентоспособности), не давали возможности (при неконвертируемости национальной валюты) закупать необходимые для интенсивного развития производственного аппарата экономики товары и услуги. Экономические же потери состояли в том числе и в том, что ограниченность внутреннего рынка каждой страны не позволяла производить некоторые виды продукции в оптимальном объеме, что непосредственно влияло на их себестоимость и, соответственно (при затратном ценообразовании), на цены, что и делало товары неконкурентоспособными на внешнем рынке.

В то же время подобная закрытая экономика существовала в СССР достаточно длительное время, что объясняется, на наш взгляд, двумя основными причинами:

- возможностями сырьевого и нефтегазового сектора экономики, обеспечивавшего основные поступления валютных ресурсов, впоследствии направлявшихся на необходимые закупки на внешнем рынке
- государственной монополией на внешнеэкономическую деятельность.

Переход России к рыночной экономике и, практически, уход государства из сферы регулирования внешнеэкономической деятельности привел к «обвальному» нарастанию импорта, что в значительной степени повлияло на резкое падение производства в реальном секторе экономики (промышленность, сельское хозяйство) и торможение научно-технической деятельности, т.е. в данном случае открытость рынка принесла только негативные последствия для экономики. Позитивом же можно считать насыщение ранее дефицитного рынка. Последнее, на наш взгляд, сыграло свою положительную роль, однако эффект в данном случае краткосрочный, а отсутствие программы развития привело к полному вытеснению отечественного производителя с внутреннего рынка. Таким образом, открытость рынка и замещение отечественной продукции импортной дало резко отрицательный эффект.

Современное состояние российской промышленности характеризуется относительно положительными изменениями, которые, хотя и находятся в пределах погрешности, тем не менее характеризуют выживание и даже развитие промышленности. По мнению ученых и практиков, определенное значение в процессе выхода предприятий из кризиса сыграла политика импортозамещения, еще раз провозглашенная на федеральном уровне в 2014 году, после введения ряда санкций со стороны ЕС, США и других государств, а также резкого снижения градуса отношений с Украиной. Этому же способствовала определенная деятельность в отношении импортозамещения на уровне федеральных округов и субъектов федерации. На наш взгляд, в рамках реализации политики импортозамещения можно выделить два основных направления: формирование платежеспособного спроса на импортозамещающую продукцию и создание определенного ресурсного обеспечения, позволяющего производить продукцию, как минимум сравнимую по качеству с импортируемой, но имеющую лучшие или сравнимые ценовые характеристики. По нашему мнению, говорить об экономическом эффекте от реализации программ импортозамещения, конечно, необходимо, но не во всех случаях. В значительно большей степени импортозамещение необходимо в целях обеспечения практически всех видов безопасности, обеспечивающих реализацию Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года [9]. Именно в этом направлении, на наш взгляд, может и должен реализовываться процесс импортозамещения в промышленности Санкт-Петербурга.

В 2014 году произошло определенное падение промышленного производства в Санкт-Петербурге – может быть, не такое критичное, как в 2009 году (индекс промышленного производства 79,9%) [10], но достаточно ощутимое

(индекс промышленного производства в 2014 году в Санкт-Петербурге составил 91,8 % к аналогичному периоду 2013 года). В 2015 года продолжилось снижение промышленного производства на 7,3%, что несколько лучше показателя предыдущего года. Определенные сдвиги начались в 2016 году, когда индекс промышленного производства в Санкт-Петербурге составил 103,9% (в среднем по России – 101,1%) и 105,5% (по России – 101%) [11]. На рис. 1 представлена динамика индекса промышленного производства в Санкт-Петербурге за последние годы.



Рис. 1. Динамика индекса промышленного производства в Санкт-Петербурге и России, % (2011 = 1%).

Если посмотреть по СЗФО, то наиболее высокий индекс промышленного производства (ИПП) за первое полугодие 2017 года демонстрировали Мурманская область (16,9% к первому полугодю 2016 года), Архангельская область (10,5%) и Псковская (6,0%) области. Санкт-Петербург стоит на следующем месте (2,9%) [12]. Проблема сравнительно низких темпов промышленного роста в Санкт-Петербурге непосредственно связана с решением проблемы импортозамещения.

Особенностью промышленного производства СПб является то, что Санкт-Петербург специализируется на производстве сложной машинотехнической продукции, продукции электронной, электротехнической промышленности и приборостроения, в том числе оборонного назначения. Из почти 700 крупных и средних промышленных предприятий обрабатывающей промышленности большая часть относится к высокотехнологичным отраслям. Следует отметить, что Санкт-Петербург занимает ведущее место в стране по производству машиностроительной продукции, обеспечивая почти 11% от общего объема продукции машиностроения России, а доля петербургской продукции в российском государственном оборонном заказе составила 12%.

Проблема импортозамещения как инструмента обеспечения безопасности Российской Федерации неоднократно рассматривалась на различных уровнях,

однако реально ею стали заниматься только после крымских событий. Как неоднократно упоминалось, Россия получила в наследство от СССР примерно 80% оборонного потенциала, но сама могла обеспечивать за свой счет не более 17% объема военной продукции, выпускавшейся СССР, а в ряде образцов новой продукции использовалось до 40% электронной компонентной базы иностранного производства [13]. Практически сразу же после распада СССР и в дальнейшем говорилось о том, что «обеспечение эксплуатации, модернизации и разработки новых образцов военной техники за счет применения импортных компонентов не может быть приемлемо в полной мере и является тревожной предпосылкой к утрате обороноспособности, появлению технологической зависимости России и нарушению важнейших принципов безопасности страны и ее экономического развития» [14]. Определенные сдвиги в этом отношении наблюдались в нашей экономике, в первую очередь в ОПК, однако сравнительная неторопливость, особенно в так называемые «тучные годы», когда цена на нефть позволяла обеспечивать развитие России без особых усилий в модернизации экономики и промышленности, привели в конечном итоге к тому, что резкое изменение внешнеполитической (санкции в связи с Украиной) и экономической (резкое падение цен на нефть) сразу же поставило под угрозу военную, энергетическую и экономическую безопасность России.

К сожалению, несмотря на сохранение определенных кооперационных связей в сфере военно-технического сотрудничества с Арменией, Казахстаном, Белоруссией и другими постсоветским государствами, разрыв взаимодействия России и Украины, в первую очередь для предприятий ОПК в сфере судостроения, вертолето- и самолетостроения, оказался критичным и поставил под угрозу выполнение государственной программы вооружений.

Тем не менее, петербургские предприятия, в частности такие как ПАО «Климов», ПАО «Звезда» и некоторые другие, смогли провести ряд мероприятий, позволяющих заместить импортную продукцию при производстве продукции оборонного и двойного назначения. Так, модернизация производства на ПАО «Климов» позволила решить комплексную проблему организации кооперации и запуска в серийное производство вертолетного двигателя ВК- 2500 на российском предприятии, что позволило практически сделать российское вертолетостроение независимым от зарубежных (не только украинских) производителей двигателей и их комплектующих.

Можно предположить, что дальнейшее развитие процессов импортозамещения на плановой основе с учетом приоритетов импортозамещения позволит в ближайшие три года снизить зависимость от импорта в структурообразующих отраслях петербургской промышленности ниже критического уровня.

Тем не менее, на процесс импортозамещения в ближайшее время может наложиться еще один процесс, инициированный на государственном уровне и затрагивающий в первую очередь предприятия оборонно-промышленного комплекса. Речь идет о сокращении объема производства в ОПК, конверсии, или если выразаться более корректно, гражданской диверсификации предприятий ОПК. Еще в сентябре 2016 года было анонсировано сокращение гособоронзаказа на 5% без конкретизации сфер сокращения [15]. «Планируется, что доля продукции гражд-

данского и двойного назначения в общем объеме производства в ОПК должна составлять не менее 30%, а к 2030-му – не менее 50%», – сказал глава кабмина, отметив, что в 2016 году этот показатель составил 16–17%» [16].

Не дискутируя по поводу уже прошедших четырех конверсий, не обсуждая их результаты, нужно отметить, что сама программа конверсии не всегда стыкуется с проблемами импортозамещения, в первую очередь на предприятиях ОПК. Дело в том, что попытка перехода на производство гражданской продукции сразу ставит вопрос целевого софинансирования. Все инвестиции, ранее получаемые предприятиями ОПК, реализовывались в рамках гособоронзаказа, т.е. это были бюджетные инвестиции. Возможности финансирования конверсионных мероприятий в настоящее время достаточно ограничены, и предприятиям ОПК необходимо будет сочетать два комплекса мероприятий: гражданскую диверсификацию предприятия и импортозамещение, в первую очередь в сегменте оборонной продукции. Представляется, что если показатели гражданской диверсификации более или менее достижимы (при условии сокращения гособоронзаказа предприятия), то реализация процесса импортозамещения в подобных условиях будет значительно сложнее. Предполагается, что пик заказов на оборонную продукцию будет пройден к 2020 году, что еще в большей степени актуализирует решение проблемы диверсификации производства на предприятиях ОПК. Кроме чисто технико-технологических проблем, на предприятиях, реализующих гособоронзаказ и производящих гражданскую продукцию, возникают проблемы экономического характера. Это, в первую очередь, внедрение раздельного учета, проблемы ценообразования и т.п. Одновременно события последнего времени (санкции, связанные с делом Скрипаля, санкции США против так называемых российских олигархов и конкретных предприятий и др.). Так вот, в настоящее время почти 500 российских (в том числе и петербургских) предприятий находятся под санкциями, что тоже относится к ограничению возможностей импортозамещения в промышленности, наряду с инфляцией издержек, ограниченностью финансовых ресурсов, некоторыми кадровыми проблемами и рядом других факторов.

Список литературы

1. Википедия: свободная энциклопедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> Википедия: Ссылки_на_источники. Загл. с экрана.
2. Анимица Е.Г., Анимица П.Е., Глумов А.А. Импортозамещение в промышленном производстве региона: концептуально-теоретические и прикладные аспекты // Экономика региона. 2015. №3. С. 160–172.
3. <http://zavtra.ru/blogs/importozameschenie---vazhnaya-no-polovina-dela>
4. Возможно ли новое поколение программ инновационного развития регионов. ПроАтом (Информагентство) – 3.6.2009. http://csr-nw.ru/files/csr/file_category_743.pdf/
5. Бодрунов С.Д., Карлик А.Е., Мейксин М.С., Ткаченко Е.А. Основные положения Концепции развития промышленного комплекса Санкт-Петербурга на период до 2020 года // Экономическое возрождение России. 2013. №4(38). С. 27–42.
6. Бюллетень научно-исследовательского сектора №1. Ленинград: Институт народного хозяйства им. Ф.Энгельса, 1932.
7. <https://visualhistory.livejournal.com/634010.html>

8. Производство автомобилей в СССР 1974–1982 гг. <http://infotables.ru/avtomobili/26-avtomobili-sssr/140-avtomobili-sssr-proizvodstvo-avtomobilej-v-sssr>
9. Указ Президента РФ от 12.05.2009 №537 (ред. от 01.07.2014) «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года».
10. Итоги работы промышленности Санкт-Петербурга в 2009 году. <http://pandia.ru/text/79/127/91533.php>
11. Итоги социально-экономического развития Санкт-Петербурга в 2017 году. http://cedipt.spb.ru/media/uploads/userfiles/2018/02/01/%D0%A1%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BA%D0%B0_%D0%A7%D0%9F_%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%B1%D1%80%D1%8C_2017.pdf
12. Сляренко М. Минус на плюс // Эксперт Северо-Запад. 2017. №31–34(753).
13. Межрегиональный фонд информационных технологий//Новости ВПК и военного сотрудничества. Обзор по материалам СМИ. 2004. №40. 2–8 октября. www.mfit.ru/defensive/obzor/ob0-10-04-2.html
14. Карлик А.Е., Фонтанель Ж. Оборонная промышленность России: развитие или упадок // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2005. №4. С. 31.
15. Путин отправил оборонку в конверсию. <http://rusplt.ru/policy/putin-otpravil-oboronku-28290.html>
16. Полунин А. Оборонку толкают в «лихие 90-е». Российским предприятиям ОПК предстоит конверсия. <https://svpressa.ru/economy/article/167230/>

УДК 658. 1.

Дергаль Петр Петрович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ВЛИЯНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ РЕЖИМОВ НА БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. Основывается положение, согласно которому строгое соблюдение технологических режимов в системе производственного менеджмента обеспечивает безопасность жизнедеятельности предприятия.

Ключевые слова: менеджмент, производство, технологии, нарушения технологических режимов, чрезвычайные ситуации.

Dergal Peter, P.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE INFLUENCE OF PRODUCTION AND TECHNOLOGICAL MODES FOR SAFETY

Abstract. Is the provision under which the strict observance of technological modes in the production management system ensures the safety of the enterprise.

Keywords: management, production, technology, the violation of technological modes, emergency.

Центральное место в системе менеджмента занимает управление технологическими процессами. При этом технологический менеджмент непосредственно связан с безопасностью жизнедеятельности (БЖД) в среде обитания, в том числе и на производстве. Все субъекты безопасности могут эффективно функционировать только в условиях всесторонней и полной безопасности.

Безопасность жизнедеятельности носит абсолютный характер, т.е. должна быть максимальной и не допускать проявления всякого рода угроз и рисков во всех сферах среды обитания человека – природной, производственной, бытовой. На поддержание такого уровня безопасности и направлено общественное производство, что является важнейшей функцией государства [1; 2; 3].

Важно отметить, что субъективная полезность является характеристикой переменной, поскольку обусловлена разными – субъективными факторами:

$$U (\text{субъектив}) = f(x_i) \text{ при } 0 < U < \max.$$

Объективная полезность безопасности жизнедеятельности есть характеристика постоянная, обусловленная государственными нормами и нормативами:

$$U (\text{объектив}) = \text{const.}$$

Объективная полезность охватывает все составляющие безопасности жизнедеятельности, при этом для каждой составляющей применяются свои методы, технологии и технические средства.

В связи с этим следует обозначить объекты приложения принципов, оценок и методов обеспечения безопасности в системе производственного менеджмента, который также предусматривает обеспечение безопасности и защиту людей и имущества в чрезвычайных ситуациях, ликвидацию в кратчайшие сроки чрезвычайных ситуаций, профилактические и ликвидационные (восстановительные) работы.

Таким образом, проблема безопасности представляется весьма многоаспектной, но при этом её полезность вполне ясна: это надежное и безотказное функционирование всех систем жизнеобеспечения, сохранность здоровья, работоспособности и жизни людей.

Необходимость обеспечения безопасности жизнедеятельности обусловлено существованием всякого рода угроз и опасности. Федеральный закон Российской Федерации от 28 декабря 2010 г. №390-ФЗ «О безопасности» (с изменениями и дополнениями) дает следующие определения:

«Безопасность – это состояние защищенности личности, общества и государства от внешних и внутренних угроз» (ст. 2).

«Угроза – совокупность условий и факторов, создающих опасность жизненно важным интересам личности, общества и государства» (ст. 3).

Кроме того, имеется еще ряд понятий и терминов, характеризующие реальные и потенциальные проявления опасности, а именно: «происшествие, чрезвычайное происшествие (ЧП), авария, катастрофа, стихийное бедствие, отказ, инцидент, риск» [4, с. 16–19]. В промышленности, в зависимости от специализации производства, должны соблюдаться основные виды безопас-

ности: пожарная безопасность, взрывобезопасность, безопасность дорожного движения, химическая безопасность, экологическая безопасность, безопасность труда, энергетическая безопасность, информационная безопасность и, наконец, безопасность экономическая.

Основное требование к среде обитания – это безопасность, в том числе и в общественном производстве.

В своей повседневной деятельности система безопасности должна не допускать наступления чрезвычайных ситуаций. Поэтому доминирующее положение занимает профилактика. [7, с. 19–26]. Естественно, что избежать чрезвычайных ситуаций в форме стихийных бедствий в естественно-природной среде обитания не представляется возможным, но и в этом случае следует добиваться минимума потерь за счет прогнозирования и своевременного, т.е. оперативного выполнения ликвидационных работ.

Таким образом, все составляющие системы безопасности жизнедеятельности или гражданской безопасности должны рассматриваться с позиций теории объективной полезности с целью достижения максимальной эффективности и рационального использования ресурсов в процессе профилактических и ликвидационных (восстановительных) работ.

Согласно энциклопедическим толкованиям, оптимальный (лат. *optimis*) – лучший, а оптимизация – выбор наилучшего (оптимального) варианта из множества возможных или улучшение какого-либо процесса для достижения его максимальной эффективности.

Выявление лучшего, или оптимума, подразумевает наличие множества вариантов, при этом каждый вариант имеет свои положительные и отрицательные характеристики («за» и «против») по отношению к выбранным показателям-критериям.

Оптимум уравнивает противоположные – положительные и отрицательные – свойства данного множества вариантов. В таком случае «оптимальный» или «оптимум» может употребляться в смысле «золотая середина». Однако такой подход неприемлем для безопасности жизнедеятельности. Как уже отмечалось, безопасность должна быть абсолютной – максимальной, т.е. наилучшей и только в этом смысле оптимальной. Этому требованию подчинена полезность безопасности жизнедеятельности.

В общем виде, полезность безопасности (U) есть функция от вероятностей (P) нарушения такой безопасности – наступления чрезвычайной ситуации (ЧС):

$$U = f(P).$$

Полезность безопасности должна соответствовать вероятности ЧС на уровне, близком к единице, т.е.:

$$U = f(P) \cong \max = 0,9 \div 1,0.$$

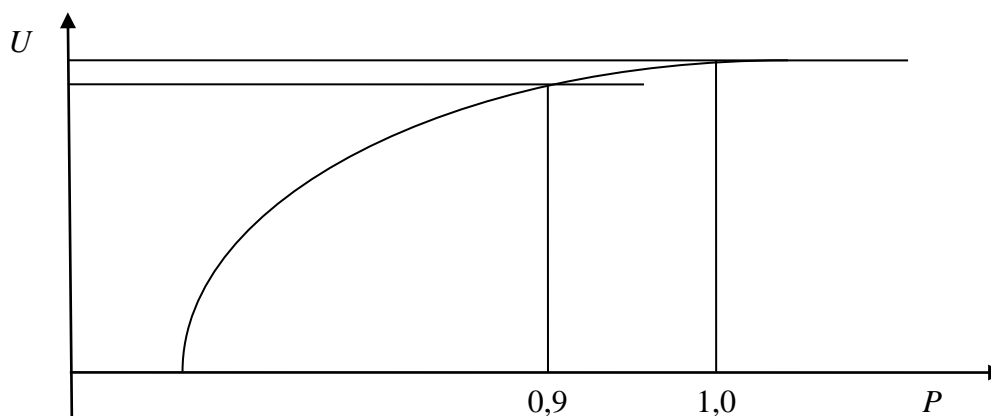


Рис. 1. Зависимость полезности безопасности от вероятностей ЧС

В производственно-коммерческой деятельности к широкому кругу объектов, параметров или характеристик применяется определение «оптимальный».[6, с. 145–147]. Ряд составляющих производственного менеджмента оптимального уровня влияет на безопасность жизнедеятельности данного предприятия. К таким составляющим относятся:

- оптимальная производственная структура предприятия;
- оптимальный уровень запасов;
- оптимальный размер партии поставки;
- оптимальная ассортиментная загрузка производства;
- оптимальное размещение продукции на складе;
- оптимальные маршруты транспортировки;
- оптимальные хозяйственные связи и др.

В подобных случаях атрибут «оптимальный» используется в качестве оценочного определения. Иными словами, «оптимальный» – это наивысшее качество процессов и операций в производственно-коммерческой деятельности. Оптимальный режим – это режим полной ламинарности, исключая даже минимальную турбулентность. [8, с. 14–21].

Технологический аспект безопасности в системе менеджмента иллюстрируется схемой (рис. 2).

Необходимые и достаточные условия обоснованности менеджмента безопасности в технологических процессах предусматривают выполнение следующих действий:

- 1) полный перечень угроз и рисков в процессе жизнедеятельности;
- 2) формулировка ситуаций, при которых возможны нарушения требования безопасности;
- 3) определение вероятности наступления чрезвычайной ситуации в данном направлении (секторе) жизнедеятельности;
- 4) расчет ущерба и оценка возможных пострадавших в наступившей чрезвычайной ситуации;
- 5) формулировка полезности для обеспечения безопасности в данной секторе жизнедеятельности;

- б) установление критериев оптимальности – полезности, т.е. оценок для определения наилучшего варианта профилактики и устранения последствий чрезвычайных ситуаций.

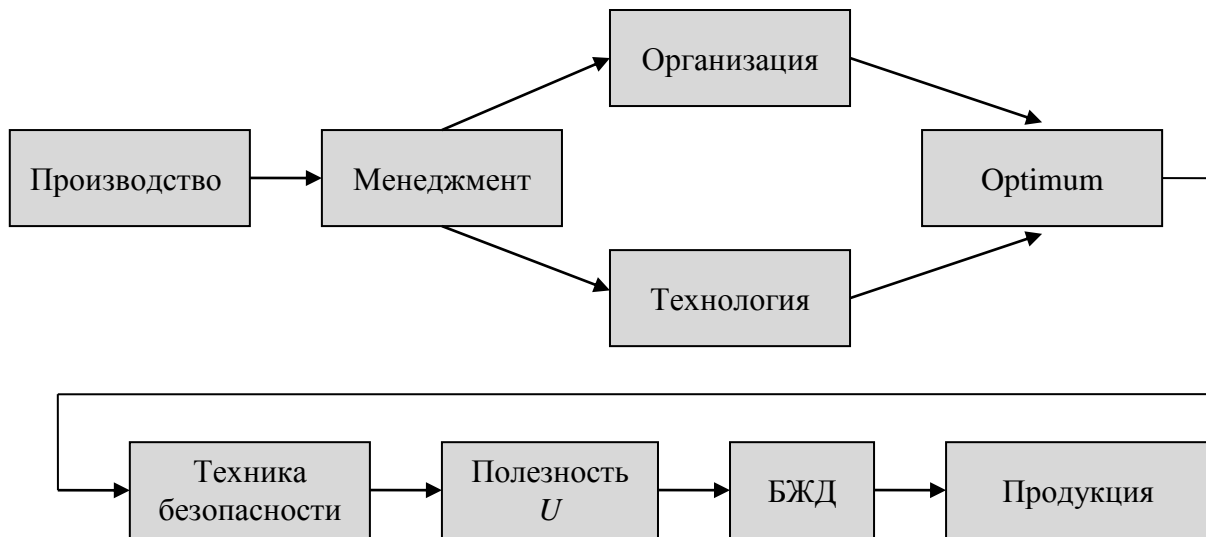


Рис. 2. Взаимосвязи менеджмента, технологии и безопасности

Особое внимание вопросам безопасности следует уделять производственно-коммерческой деятельности предприятий. Производственные и торговые предприятия находятся в состоянии постоянных угроз и рисков, среди которых в зависимости от вида производства доминируют опасности: пожары, химические, радиационные, экологические, информационные, экономические. Многие виды технологического оборудования являются источниками повышенной опасности. В зоне опасности находится персонал предприятия – именно поэтому на каждом предприятии действуют службы техники безопасности и охраны труда в форме специальных структур или отдельных специалистов.

В любом случае *безопасность должна обладать безусловным приоритетом*. Известны случаи, когда для достижения повышенных производственно-экономических результатов или ускорения выполнения заказов предприятия пренебрегают требованиями техники безопасности и охраны труда, что приводит к чрезвычайным ситуациям. Поэтому интенсивность производственных процессов V должна строго соответствовать требованиям полезности безопасности $V(U)$, т.е. $V \leq V(U)$.

В рассматриваемом аспекте уместно напомнить, что причиной большинства ДТП является превышение установленного скоростного режима движения.

Нарушения производственно-технологического режима наносит ущерб полезности безопасности и приводит к возникновению чрезвычайных ситуаций, вплоть до катастрофических.

Имеющийся опыт позволил выявить типичные нарушения производственно-технологических процессов, которые негативным образом влияют на безопасность функционирования предприятия, а именно:

- 1) несоблюдение требований технологического процесса изготовления продукции;
- 2) нарушение структуры (звенности) технологического процесса;
- 3) несоблюдение величины установленных технологических режимов (время, температура, давление и др.);
- 4) отсутствие межзвенного контроля качества;
- 5) необоснованное (необеспеченное) ускорение технологического цикла;
- 6) несоответствие качества исходных материалов технологическим требованиям;
- 7) необоснованные замены сырья и материалов (использование заменителей, суррогатов);
- 8) неисправное основное технологическое оборудование;
- 9) изношенные электрические сети и электропитание оборудования;
- 10) недостаточная мощность вентиляторов и воздухообмена.

Причинами технологических нарушений в основном является человеческий фактор – прежде всего, это недостаточная квалификация работников, нарушение техники безопасности и правил эксплуатации оборудования. В свою очередь технологические нарушения влекут за собой чрезвычайные ситуации различной степени тяжести:

- 1) пожары;
- 2) взрывы;
- 3) аварии и катастрофы, причинами которых являются короткое замыкание электрического оборудования и сетей, отказы оборудования, загазованность и др.;
- 4) и, как конечный результат, – несчастные случаи на производстве, производственный травматизм и даже гибель и увечья людей.

Таким образом, строгое соблюдение технологических процессов в составе производственного менеджмента следует рассматривать как эффективный инструмент обеспечения безопасности жизнедеятельности. Регламентация технологических режимов и параметров обладает синергетическим эффектом: с одной стороны, достигается высокое качество производимой продукции, а с другой стороны, создается необходимая среда обитания.

Список литературы

1. Безопасность в чрезвычайных ситуациях: Сб. научн. трудов Всероссийской научн.-практ. конф. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2015. 288 с.
2. Безопасность жизнедеятельности / Под ред. *С.Г. Плещица*. СПб.: Изд-во СПбГУ-ЭФ, 2010. 356 с.
3. Безопасность жизнедеятельности / Под ред. *С.Г. Плещица*. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. 311 с.;
4. Инженерная экология и экологический менеджмент / Под ред. *Н.И. Иванова и И.М. Фадына*. М.: Логос, 2001. 528 с.
5. *Плоткин Б.К., Плещиц С.Г.* Становление и современная трансформация логистики. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. 150 с.
6. *Плоткин Б.К.* Предпринимательский функционал логистики. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. 325 с.

7. Плоткин Б.К. Логистический менеджмент в управлении техническими системами в цепях поставок // Современные аспекты экономики. 2014. №6(202). С. 19–29.
8. Плоткин Б.К. Ламинарность и турбулентность в экономике // Современные аспекты экономики. 2016. №9(229). С. 14–21.

УДК 338.24

Калугина Ольга Владимировна
Шевченко Светлана Юрьевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

КОНСЕНСУАЛЬНЫЙ ПРИНЦИП ФОРМИРОВАНИЯ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье получает развитие идея межфункциональной координации управления. Современная концепция успешного управления предприятием предполагает, что вся его деятельность должна гарантировать выпуск конкурентоспособных товаров и услуг, пользующихся устойчивым спросом в пределах горизонта планирования. Возрастающие изменения в окружающей среде, появление новых потребностей покупателей, усиление конкуренции, открытия в научно-технической сфере, предоставляющие новые возможности для бизнеса, требуют от предприятия построения эффективной системы управления – гибкой и адаптивной к условиям рыночной динамики. Поставленная задача решается при активизации инструментария гармонизации промышленной и торговой политики предприятия, в основе которой лежит консенсуальный принцип формирования торгово-промышленной политики, определяющий функции управления производственной и сбытовой деятельностью, применения системы аналитических индикаторов и разработки методов приведения плановых показателей к «гармонизированным» значениям».

Ключевые слова: политика, консенсуальный принцип, гармонизация, индикаторы гармонизации, методы гармонизации.

Kalugina Olga, V.
Shevchenko Svetlana, Yu.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE CONSENSUAL PRINCIPLE OF FORMATION TRADE AND INDUSTRIAL POLICY OF ENTERPRISES

Abstract. The idea of cross-functional coordination of management develops at this article. The modern concept of successful management of the enterprise assumes that all its activities should ensure the production of competitive goods and services that are in steady demand within the planning horizon. Increasing changes in the environment, the emergence of new needs of buyers, increased competition, discoveries in the scientific and technical sphere, providing new business opportunities, require the company to build an effective management system-flexible and adaptive to the conditions of market dynamics. The task is solved by activating the tools of harmonization of industrial and trade policy, which is based on the consensual principle of

formation of trade and industrial policy, which determines the functions of management of production and marketing activities, using the system of analytical indicators and the development of methods for bringing the planned indicators to “harmonized values”.

Keywords: policy, consensual principle, harmonization, harmonization indicators, harmonization methods.

Необходимость гармонизации экономических политик на всех уровнях организационной иерархии – от макроэкономики до экономики отдельного хозяйствующего субъекта – объясняется тем, что они регулируют непрерывность и связность стадий производства и товарного обращения в воспроизводственном процессе. На уровне предприятия промышленная и торговая политики должны быть содержательно сбалансированы по принципам формирования и выполняемым функциям, приоритетным целям и задачам, направлены на установление равновесия между режимами функционирования и развития предприятия путем достижения пропорциональной сбалансированности структуры производства и ресурсов. Так как промышленно-торговый аспект присущ всем сферам деятельности предприятия, в рамках стратегического управления промышленная и торговая политика должны обеспечить координацию и взаимосвязь всех функциональных политик предприятия. Единство промышленной и торговой политик предприятия является инструментом достижения стратегических целей, обеспечения взаимосвязи и непротиворечивости, что характеризует гармонизацию данных политик.

Впервые в научный оборот термин «политика» был введен древнегреческим философом Аристотелем. Его трактат с одноименным названием – «Политика» – охватывает совокупность отношений, связанных с управлением государством. Аристотель представляет политику, как цивилизованную форму общения, взаимодействия людей друг с другом в повседневной жизни в целях достижения высшего блага каждого и всех [2, с. 268]. Традиция такого понимания политики существовала долгое время, её описание и изучение сводилось к исследованию различных форм правления, способов взаимодействия государства и общества, выявлению взаимосвязей государства с экономическим и социальным строем [6, с. 16].

Основатель новой буржуазной политической науки Н. Макиавелли определил политику как «совокупность средств, которые необходимы для того, чтобы прийти к власти, удержаться у власти и полезно использовать ее... Итак, политика есть обращение с властью, заданное обстоятельствами и зависящее от могущества властителя или народа, а также от текущей ситуации» [5, с. 24]. Он выделил политику, как средство достижения конкретных целей, которые формируются в результате политических взаимодействий. Макиавелли четко сформулировал положение, которое в наше время стало хрестоматийным, а именно – основной вопрос политики есть вопрос о власти. Понятно, что речь идет главным образом о государственной власти.

Политика, по словам немецкого социолога М. Вебера, означает «стремление к участию во власти и к оказанию влияния на распределение власти, будь то между государствами, будь то внутри государства между группами людей,

которые оно в себе заключает» [4, с. 446]. Политика является совокупностью элементов, которые невозможно все теоретически охватить, чтобы выделить из них решающие.

Обобщая различные дефиниции, можно дать следующее определение политики. Политика – это динамичная и сложная общественная деятельность, посредством которой, с учетом противоречивых интересов, формируются обязательные цели, задачи и правила, происходит привлечение общих ресурсов для реализации конкретных целей. Политика представляет собой инструмент управления универсального применения, который востребуется и обнаруживает свою действенность в обеспечении функционирования и развития.

Неотъемлемой частью политики является постановка целей и задач для достижения интересов. Любая цель является ориентиром, планируемым результатом деятельности предприятия, которая представляет собой сложную систему, состоящую из большого количества системных единиц. При этом общая цель должна быть разложена на составляющие, которые будут ориентирами в деятельности отдельных подсистем организации.

Цели предприятия не только придают смысл его деятельности и ориентируют в отношении внешней среды, но и способствуют интеграции коллектива на основании единства устремлений его членов; могут мотивировать организационную деятельность индивидов; являются основой формирования организационной структуры; представляют собой источник стабильности в организации (резкое изменение целей может привести к серьезным дестабилизирующим последствиям). Гармонизация промышленной и торговой политики предприятия представляет собой управляемую деятельность организации, позволяющую повысить социально-экономическую эффективность, достичь консенсуса между противоречивыми экономическими интересами субъектов внутренней и внешней среды, пропорционально сбалансировать различные направления деятельности предприятия. На предприятии должна быть выработана промышленно-торговая политика на условиях достижения разумного консенсуса. Только соблюдение данного принципа позволит говорить о гармоничном сочетании промышленной и торговой политики предприятия. Консенсус предполагает отсутствие прямых возражений и вполне допускает нейтральную позицию и даже отдельные оговорки к решению. Консенсус направлен на установление атмосферы сотрудничества, полезного для решения проблем. Именно достижение консенсуса может дать ожидаемый эффект как на горизонте стратегического планирования [7, с. 259].

При формировании промышленной политики предприятия необходимо проводить: анализ текущих и перспективных потребностей потенциальных потребителей; принятие своевременных мер по изменению ассортимента за счет ввода новой и снятия с производства устаревшей продукции; оценку уровня конкурентоспособности выпускаемой продукции; оценку экономической эффективности.

При формировании торговой политики предприятия необходимо проводить: анализ реализации продукции и оценку выполнения договоров по поставкам продукции. Невыполнение предприятием договорных обязательств ведет к уменьшению выручки и выплате штрафных санкций, к угрозе потери рынков сбыта, что, в конечном счете, приводит к спаду производства.

Проведение комплексной оценки гармонизации представляется возможным посредством соответствующих показателей (табл. 1) [1, с. 127–128].

Таблица 1

**Показатели оценки гармонизации
промышленной и торговой политики предприятия**

Промышленная политика	Торговая политика
Рост объема производства	Рост объема продаж
Уровень загрузки производственных мощностей	Уровень загрузки логистических мощностей
Риск перепроизводства продукции	Риск нереализации произведенной продукции
Уровень затрат на производство товара	Уровень затрат на продвижение товара
Ритмичность производства	Ритмичность реализации продукции
Эффективность использования наличных производственных мощностей	Эффективность использования оборотных средств
Уровень достигнутого качества производимой продукции	Уровень качественного обслуживания потребителей
Динамика производства (рост, спад, стабильное состояние, темп изменения)	Динамика продаж (рост, спад, стабильное состояние, темп изменения)
Уровень инновационности промышленных технологий	Уровень инновационности торговых технологий

Системе показателей гармонизации промышленной и торговой политик предприятия предъявляются определенные требования [3, с. 30]:

- соответствие принятым целям, задачам ведения деятельности с учетом основных тенденций и состояния внутреннего рынка производимой продукции;
- отражение результатов гармонизации промышленной и торговой деятельности, выделение объективных экономических и социальных процессов на предприятии в целом, и на определенных звеньях управления;
- определение комплексной оценки всех промышленных и торговых бизнес-процессов на предприятии;
- рациональное сочетание планового управления промышленной и сбытовой деятельностью предприятия;
- комплексность и единство планирования ресурсного обеспечения промышленной и торговой политики.

Система показателей гармонизации промышленной и торговой политик предприятия формируется для идентификации степени согласования по отношению ко всем структурным подразделениям предприятия, непосредственно принимающим участие в производстве товара и доведении его до конечного

потребителя. Мониторинг показателей гармонизации промышленной и торговой политики предприятия рекомендуется проводить в соответствии с алгоритмом, включающим: разработку предварительных мнений о результатах гармонизации рассматриваемых политик и достигнутом уровне «гармоничности» ведения деятельности на предприятии; установление причин отклонений от требуемых интервалов «гармонизированных» значений; реализацию процедур оценки уровня достижения требуемых интервалов гармонизированных значений ведения промышленной и сбытовой деятельности предприятия; выработка адресных управленческих решений «по отклонениям».

Концепция гармонизации промышленной и торговой политики представляет собой целостную систему взглядов, позволяющих обеспечить согласование и взаимное соответствие различных мер и действий по унификации, координации и объединению автономно развивающихся промышленной и торговой форм деятельности в единую промышленно-торговую сферу в условиях инновационной экономики. Промышленная и торговая политики должны быть содержательно сбалансированы по принципам формирования и выполняемым функциям, приоритетным целям и задачам, направлены на установление равновесия между режимами функционирования и развития предприятия путем достижения пропорциональной сбалансированности структуры и ресурсов. Процесс динамичного вовлечения потребителя в производственный процесс во многом объясним стремительным развитием, свойственным высокотехнологичным отраслям, и тем кризисным явлениям в экономике, которые усиливают неопределенность и отрицательно сказываются на сбытовой деятельности промышленного предприятия.

Гармонизированная торговая и промышленная политика, т.е. торгово-промышленная политика, формулирует в виде целевых установок свои намерения сбалансированного поведения предприятия как по отношению к объектам внешней среды (поставщикам, потребителям, кредиторам, государству), так и по отношению к внутрипроизводственным факторам (производственные мощности, технологии, ресурсы, персонал и т.д.). В результате необходимо создать консенсуальное решение относительно двух изначально противоположных тенденций: стремление промышленного предприятия к максимизации дохода и сохранению организационно-технологической стабильности бизнес-процессов.

Список литературы

1. *Анисимов Ю.П.* Гармонизация деятельности предприятия. Воронеж: Воронеж. гос. технол. акад., 2003. 303 с.
2. *Аристотель.* Политика: Пер. с др.-греч. *С. Жебелева.* М.: Мысль, 1983. 644 с.
3. *Барышев С.Б.* Формирование учетно-аналитической системы, ориентированной на сбалансированные показатели в торговых организациях: Автореф. дисс. д-ра экон. наук: 08.00.12. Орел, 2013. 308 с.
4. *Вебер М.* Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 808 с.
5. *Макиавелли Н.* Государь. М.: АСТ, Харвест, 2006. 176 с.
6. *Огородников В.П., Сидоров Н.М.* Политология. СПб.: Питер, 2009. 272 с.
7. *Силкина Г.Ю., Переверзева А.А.* Совмещение сбалансированной системы показателей и метода обратных вычислений как аналитический инструмент управления эффективностью компании // Научн.-техн. ведомости Санкт-Петербургского гос. политехн. ун-та. Экономические науки. 2016. №3(245). С. 258–267.

УДК 65.012.2

Камзабаева Майра Сарандаевна
Новосибирский государственный университет
экономики и управления

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ СТРАТЕГИЧЕСКИ ПЕРЕЛОМНЫХ МОМЕНТОВ

Аннотация. В рыночной экономике изменчивость становится постоянной характеристикой внешней среды организаций швейной промышленности. Для развития необходимы новые менеджерские качества и способность разрабатывать адекватные стратегии развития.

Ключевые слова: стратегически переломные моменты, модель Э. Гроува, изменчивость, конкуренция.

Kamzabaeva Mayra, S.
Novosibirsk State University
of Economics and Management

DEVELOPMENT STRATEGY OF GARMENT INDUSTRY ORGANIZATIONS IN THE CRUCIAL POINT CONDITIONS

Abstract. In a market economy, variability becomes a constant characteristic of the external environment of garment industry organizations. Development requires new managerial skills and the ability to develop adequate development strategies.

Keywords: strategically crucial point, E. Grouw's model, variability, competition.

Производители швейной продукции, являющиеся важным источником рабочих мест и налоговых поступлений, производящие товары, ориентированные на внутренний спрос, работают в перманентно меняющихся социально-экономических условиях, испытывая воздействие положительных и отрицательных факторов внешней и внутренней среды.

Так, в начале 1990-х годов в отрасли произошел обвал производства: его объем в стоимостном выражении снизился в 5 раз, в натуральном – в 8 раз. Он был обусловлен разрушением старых вертикально-интегрированных цепей поставок и массовым наплывом дешевого импорта (прежде всего из Китая) [1, с. 13].

В дальнейшем неоднократно происходили существенные изменения в условиях хозяйствования, связанные с экономическими и политическими кризисами.

Эти перемены по-разному влияли на объемы производства швейной изделий. В табл. 1 показано, что в период 2010–2014 гг. происходило наращивание производства швейных изделий, а в 2014 году произошел резкий спад объемов производства, вызванный с девальвацией рубля, снижением доходов и др. В 2016 году началось постепенное восстановление прежних объемов производства.

Производство швейной продукции в 2010–2016 гг.

Швейные изделия	Год						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Пальто, полупальто	1,6	1,6	1,5	1,3	1,3	1,1	1,2
Куртки теплые	2,6	2,3	2,4	2,9	3,5	1,8	1,97
Костюмы	4,9	4,8	4,1	4,6	5,5	4,8	4,5
Платья, сарафаны женские или для девочек	3,7	4,5	6,1	8	9,1	3,5	3,9
Брюки, бриджи, шорты	12,6	18,4	18,9	21	22	10,9	12,4
Юбки и юбки-брюки женские или для девочек	3,8	4,9	5	5,1	4,6	3,1	2,9
Блузки, рубашки и батники женские или для девочек, кроме трикотажных	2,3	4,3	3,2	5,3	6,5	2,1	н/д
Рубашки мужские или для мальчиков, кроме трикотажных	3,8	3,8	4,3	4,9	4,9	3,1	н/д

Источник: Росстат [2].

В настоящее время, несмотря на позитивные изменения, ситуация в швейной промышленности остается непростой. Связано это с изношенностью оборудования, недостатком квалифицированных специалистов, ростом стоимости материалов и фурнитуры, а самое главное – с недоступностью финансовых ресурсов, которые позволили бы провести модернизацию морально и физически устаревшего оборудования.

Таким образом, швейная промышленность последние 25 лет работает в условиях воздействия перемен, когда кардинально меняются условия конкуренции или, по терминологии Э. Гроува, в период стратегически переломных моментов.

Стратегически переломный момент Э. Гроув определяет как «момент, когда соотношение сил меняется: старая структура, старые способы ведения бизнеса и старые модели конкуренции уступают место новым. До стратегически переломного момента индустрия работала скорее по старинке, после него она действует в основном по-новому. Это точка, в которой кривая едва уловимо, но значительно изменилась. Потом она никогда не примет прежней формы» [3, с. 25].

Общеизвестно, что конкурентную ситуацию на рынке чаще всего анализируют по модели М. Портера «пять сил конкуренции». Однако Гроув отмечает, что данная модель статична и не отражает изменение ситуации, поэтому он предлагает анализировать рынок в условиях стратегически переломных моментов на основе модели шести сил рынка, влияющих на бизнес. Как правило, динамика изменений конкурентной ситуации связана с тем, что

одна из сил конкуренции становится доминирующей, изменяя тем самым устоявшийся порядок ведения дел в отрасли. «Были конкурирующие силы, теперь они стали суперконкурирующими. Я называю подобное значительное изменение одной из перечисленных выше сил «десятикратным» изменением, подразумевая, что воздействие силы в десять раз возросло по сравнению с тем, каким оно было до того» [3, с. 23].

Рассмотрим шесть сил рынка, которые воздействуют на российские организации швейной промышленности:

1. Существующие конкуренты. Представлены в основном зарубежными производителями и интернет-ритейлом. Около 70 % товаров легкой промышленности экспортируются [4]. Конкуренция осложняется тем, что высока доля нелегального импорта и контрафактного производства, которое по некоторым оценкам занимает половину от официально регистрируемого выпуска готовых изделий.
2. Поставщики. Российская швейная промышленность характеризуется практически полной зависимостью от зарубежных поставщиков. Ткани, фурнитура, швейное оборудование поставляются из-за рубежа.
3. Потенциальные конкуренты. Появление конкурентов может быть связано с созданием новых производств, основанных на инновационных технологиях: 3D-печать, технология сканирования корпуса, автоматизация проектирования (CAD) и производства, технология производства «умных изделий» и др.
4. Клиенты. Общая тенденция связана с тем, что спрос на швейные изделия будет формировать так называемое поколение Z, вкусы и предпочтения которого значительно отличаются от существующих. Для них характерно рациональное, экономное потребление. В одежде прежде всего ценятся удобство и комфорт [5].
5. Замена. По Гроуву, эта рыночная сила связана с новыми методиками, подходами, технологиями и правилами, которые могут создать новые условия ведения бизнеса. В швейной промышленности такой силой выступает Интернет, который меняет основы ведения бизнеса.
6. Смежники. Это продукция компаний, которую клиенты покупают в качестве «комплектующих» к основному изделию. В настоящее время покупатели готовых швейных изделий подбирают одежду на основе сочетания с аксессуарами и обувью.

В разные периоды та или иная действующая сила на рынке швейной продукции становилась настолько значительной, что менялись сами принципы ведения дел в этом бизнесе.

В начале рыночных преобразований такой силой стал импорт швейной продукции, которая по доступности и разнообразию намного превосходила российские изделия. Конкуренцию усложнили неравные условия производства продукции в части налогообложения и формирования цен для местной и импортной продукции.

Отечественные товаропроизводители не смогли приспособиться к изменению конкурентной ситуации, оказались неспособными реагировать на меня-

ющийся спрос, производить высококачественную, сравнимую с зарубежными аналогами продукцию, снижать себестоимость своего товара.

Впоследствии неоднократно возникали подобные переломные моменты, связанные с конкуренцией со стороны других компаний и продукции, изменениями в области государственного регулирования и др.

Как показывает опыт западных стран, в настоящее время практически ни одна отрасль не развивается в стабильных, предсказуемых, благоприятных условиях. Изменчивость, турбулентность внешней среды становится постоянной характеристикой условий хозяйствования. Российским организациям легкой промышленности придется научиться работать в условиях возникновения внезапных перемен и необходимости преодоления стратегически переломных моментов. Ключевое значение в этих условиях будут иметь компетенции топ-менеджеров, их способность создавать и внедрять инновации, формировать эффективные и сплоченные команды, умеющие быстро и согласованно действовать в кризисных условиях.

Важно разрабатывать и реализовывать конкурентные стратегии дифференциации на основе уникальных устойчивых конкурентных преимуществ, осваивать новые методы продвижения продукции, усиливать интеллектуальную составляющую швейной продукции, связанную с производством доступных, качественных, но оригинальных в эстетическом и дизайнерском плане изделий.

Таким образом, инновации необходимо внедрять не только в сферу производства, но и в менеджмент, учиться применять новые бизнес-модели и передовые концепции планирования.

Список литературы

1. Текущее состояние и перспективы развития легкой промышленности в России: Докл. к XV апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества. Москва, 1–4 апр. 2014 г. М.: ИД Высш. шк. экономики, 2014. 333 с.
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 09.02.2018).
3. Гроув Э. Выживают только параноики. Как использовать кризисные периоды, с которыми сталкивается любая компания. М.: Альпина Паблишер, 2011. 42 с.
4. Российский рынок [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fashionunited.ru/novostee/beezyes/rossii-skii-rynok-svet-v-kontse-tonnelya-ozhidaetsya-v-2016-2017-gg/2015090813300> (дата обращения: 10.02.2018).
5. Никитин А. Экономическое чадо [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/2016/05/09/> (дата обращения: 09.02.2018).

УДК 338.3

Клушанцев Дмитрий Владиславович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РАДИОЭЛЕКТРОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Аннотация. В статье излагается логика совершенствования управления затратами при принятии стратегических решений на предприятиях радиоэлектронной промышленности. Критически проанализирована литература, посвященная специализации производства. Представлена структура затрат по исследуемым предприятиям. Предложены модель иерархии затрат и возможности её использования для управления затратами в рамках стратегического развития.

Ключевые слова: радиоэлектронная промышленность, стратегия, затраты, процессно-ориентированный подход.

Klushantsev Dmitry, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

COST MANAGEMENT AS THE INSTRUMENT OF EFFECTIVENESS INCREASE OF THE ENTERPRISES OF THE RADIO ELECTRONICS INDUSTRY

Abstract. The author explains the logic of the improvement of the cost management as a component of the strategic decision making on the example of the enterprises of the radio electronics industry. The literature dedicated to the category of specialization is critically analyzed. The structure of costs is presented. The cost hierarchy model and its application for cost management as a part of strategic development are proposed.

Keywords: radio electronics industry, strategy, costs, process-oriented approach.

Эволюция промышленного производства в машиностроении объективно вызывает необходимость принятия обоснованных стратегий развития. При этом повышение экономической эффективности производства может быть достигнуто многими способами: повышением уровня производственной специализации, формированием научно-производственных объединений, использованием более производительного оборудования и многими другими. В основе расчета эффективности лежит показатель затрат, который у современных высокотехнологичных наукоёмких предприятий представляет собой сложную категорию, зависящую от множества факторов. Поэтому в качестве основополагающего инструмента повышения эффективности выступает управление затратами, которое состоит в целенаправленном воздействии на затраты (и причины, их вызывающие) путём принятия стратегических решений. Для сравнения альтернативных

стратегий развития предприятия требуется информационная модель, достоверно отражающая как существующий уровень эффективности, так и изменение затрат в результате принятия стратегических решений.

Для радиоэлектронной промышленности характерно производство широкого перечня аппаратуры разного функционального назначения. Появляются новые классы и виды аппаратуры, при этом потребность в отдельных видах уменьшается. По разработанным опытным образцам аппаратуры начинается мелкосерийное производство, которое в дальнейшем может стать серийными. В таких условиях для предприятий особенно актуален вопрос научного обоснования выбора пути стратегического развития.

Проблемы концентрации и специализации производства в машиностроении глубоко изучены еще в XX веке Е.М. Карликом, А.П. Градовым [3], И.С. Сачко [5]. В их трудах внимание уделено показателям уровня специализации и поиску его оптимальной величины с точек зрения сходства продукции и возможностей использования высокопроизводительного оборудования. Описан алгоритм расчета минимально допустимого размера специализированного производства, математически формализована многопродуктовая многоэтапная транспортно-производственная задача в динамической постановке с представлением вариантов развития предприятий основного и комплектующих производств (в то время программные средства не позволяли решить её). Однако затраты и себестоимость рассматривались как неуправляемые исходные величины, не изучались факторы их изменения в динамике. На современном уровне с помощью программных средств возможным становится учесть большее количество факторов и реализовать новые способы анализа стратегий развития предприятий.

В современной литературе особенности функционирования радиоэлектронной промышленности подробно изложены в трудах Авдонина Б.Н., Батьковского А.М. [1; 2] и др. Однако до сих пор не разработана модель для анализа стратегических решений на основе информации о затратах.

Нами проанализирован действующий подход к стратегическому развитию предприятий радиоэлектронной промышленности Санкт-Петербурга. Рассмотрим особенности исследованных предприятий. Это мелкосерийный и индивидуальный тип производства. Номенклатура продукции отдельного предприятия относится к нескольким классам (бортовая радиоэлектроника для авиации, морского транспорта, наземных комплексов различного назначения), имеет различные степень завершенности и уровень собственного исполнения. Готовый комплекс состоит из большого количества узлов (более пятидесяти) и деталей. При этом некоторые узлы (и их составляющие) универсальны и могут использоваться в аппаратах разных классов. Предприятия имеют преимущественно полный цикл производства, используют универсальное оборудование (металлообрабатывающие центры, приборы для настройки и др.). Длительность производства по заказам существенно отличается.

Представим структуру затрат по статьям предприятий радиоэлектронной промышленности Санкт-Петербурга на рис. 1.

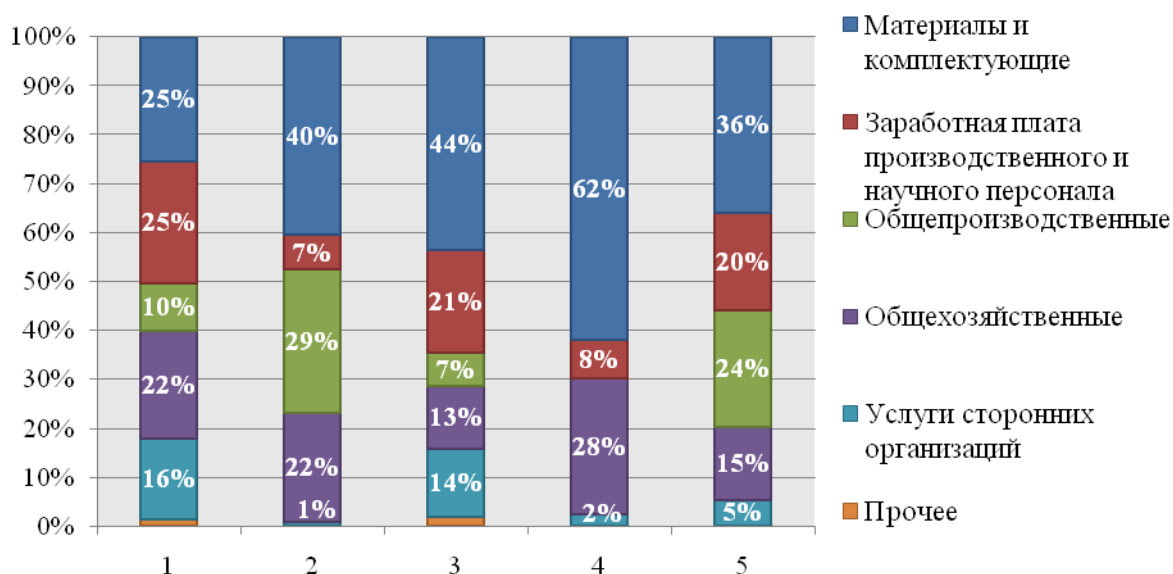


Рис. 1. Структура затрат по предприятиям радиоэлектронной промышленности Санкт-Петербурга (за разные годы периода 2012–2016 гг.)

Поскольку косвенные затраты, связанные со сложностью обслуживания и управления производством, составляют по данным рис. 1 до 51% от совокупных затрат у отдельных предприятий, именно факторы их изменения следует положить в основу построения модели поведения затрат для анализа стратегических решений.

В настоящее время на исследуемых предприятиях вся совокупность косвенных затрат сводится к их агрегированию до общепроизводственных и общехозяйственных, которые, как и в XX веке, подлежат ежемесячному распределению на всю продукцию пропорционально основной заработной плате производственных рабочих. Данный подход несовершенен и формирует искаженную информацию для принятия стратегических решений. Например, себестоимость крупносерийного выпуска завышается из-за включения в неё затрат, связанных с выпуском большого количества мелких индивидуальных заказов. Так, действующий подход недостаточно точно отражает сложность производственного процесса и не позволяет проводить анализ эффективности и сравнение альтернативных стратегических решений. Установлено, что основным стратегическим решением исследованных предприятий является укрупнение производства – закупка нового оборудования для всех цехов.

Очевидно, что проблему поиска методики управления затратами с точки зрения обоснования стратегических решений можно решить во-первых за счёт повышения детализации, во-вторых за счёт установления связи между совокупностью косвенных затрат и изменением объема выпуска, структуры видов продукции, уровня производственной специализации.

В качестве подхода к детализации можно выбрать построение иерархии затрат, которая была впервые предложена еще в 60-е гг. [5]. Принцип построения иерархии затрат заключается в следующем: отдельные затраты возникают только на конкретном «уровне» (например, партии продукции) и не связаны качественно и количественно с объектами, которые детализируют составляющие данного уровня (единицами продукции из партии, произведенной на данном оборудовании). На основе иерархии затрат построен процессно-ориентированный подход (Activity-Based Costing, ABC [6]), в соответствии с которым затраты группируются по процессам хозяйственной деятельности, каждый из них имеет носитель затрат, функционально связанный с выполнением процесса и присущий объектам на каждом уровне иерархии.

С момента возникновения подхода ABC в 80-х гг., опубликовано множество трудов по его адаптации на уровне основного производственного процесса (производства печатных плат [7], автомобильной электроники [8] и др.) для массового, серийного производства или сферы услуг для точного расчета стоимости и прибыли. Отдельные авторы разрабатывают модель для обоснования оптимизации вспомогательных процессов [9]. Однако иерархия затрат и процессно-ориентированный подход имеют более широкое применение: они могут использоваться для условий индивидуального типа производства и анализа различных стратегий развития.

Нами разработана модель иерархии затрат, выделены процессы, связанные с созданием продукции, применительно к предприятиям радиоэлектронной промышленности. Модель представлена в табл. 1.

Представим логику разделения процессов на уровни. Процессы, относящиеся к классу продукции, представляют собой конструкторскую разработку целого комплекса (без привязки к производству и привлечения исполнителей). Процессы уровня вида отражают совокупность затрат, связанных с обеспечением действующего производства. Например, какая-либо программа работы станков, схема узла, технологическая карта могут быть использованы несколько раз для производства нескольких единиц узла. Данный уровень включает процессы по каждому узлу (настройка производственного оборудования в цехах), так и аппарата (комплекса) в целом, когда речь идет о его программном обеспечении. Данный уровень может относиться как к нескольким заказам, так и к единственному. Уровень заказа собран из процессов, обусловленных управлением процессом производства по конкретному заказу. Уровень единицы необходим для обособления процессов управления на уровне цехов и содержания производственного оборудования.

Модель показывает, что разные планируемые изменения выпуска по-разному изменяют объем выполняемых процессов и, следовательно, косвенных затрат. Для каждого цеха, подразделения становится возможным оценить уровень приспособленности к увеличивающемуся выпуску и целесообразность качественных изменений в технологии производства и привлечения исполнителей. Например, разработка и выпуск совершенно нового класса продукции вызовет рост по всем уровням иерархии затрат. Производство множества индивидуальных заказов взамен крупносерийного выпуска приведет к росту затрат

уровня «вида» и наоборот. Для серийного выпуска продукции потребуется приобретение более высокопроизводительного оборудования, а не экстенсивное наращивание существующих мощностей.

Таблица 1

Иерархия затрат для предприятий радиоэлектронной промышленности

№	Уровень иерархии затрат	Процессы	Основные затраты
1.	Класса аппарата (комплекса)	– разработка принципа действия аппарата (или комплекса), схемы узлов, создание опытного образца	– заработная плата научного персонала отделов разработки комплексов; – амортизация оборудования для исследований
2.	Вида аппарата / узла / составляющей	– написание и наладка программного обеспечения аппарата; – внедрение в производство; – создание схем сборки; – написание программ управления оборудованием	– заработная плата: программистов; сотрудников технологического отдела и др.
3.	Заказа	– взаимодействие с заказчиком; – взаимодействие с поставщиками, соисполнителями; – управление и контроль процесса производства по заказу	– заработная плата отделов продаж, снабжения, кооперации; – заработная плата сотрудников технологического отдела, диспетчерской службы
4.	Единицы аппарата / узла / составляющей (по цехам: механической обработки, монтажный, сборочный, настройки, испытательный и др.)	– содержание и эксплуатация оборудования; – управление на уровне цеха	– затраты на ремонт и обслуживание оборудования; – амортизация производственного оборудования; – заработная плата управленческого персонала цехового уровня

Так, разделение затрат по процессам и по уровням открывает следующие пути повышения эффективности:

- выделение уровня «класса» – использование эффекта от масштаба при увеличении выпуска продукции конкретных классов;
- выделение уровней «вида» и «единицы» – использование выгод от технологической специализации производства, эффекта от масштаба при использовании одинаковых узлов.

Таким образом, разработанная модель иерархии затрат и процессов является средой для управления затратами при анализе стратегий развития предприятий. Данная модель может быть использована и другими наукоемкими машиностроительными предприятиями, перед которыми стоит задача повышения эффективности.

Список литературы

1. Авдонин Б.Н., Батьковский А.М. Экономические стратегии развития предприятий радиоэлектронной промышленности в посткризисный период: Монография. М.: Креативная экономика, 2011. 511 с.
2. Авдонин Б.Н., Борисов Ю.И., Волков В.И. Современный потенциал и перспективы развития отечественной радиоэлектронной промышленности. Москва: СП Мысль, 2013. 173 с.
3. Карлик Е.М., Градов А.П. Экономическая эффективность концентрации и специализации производства в машиностроении: Основы теории и методики. 2-е изд. перераб. и доп. Л.: Машиностроение. Ленингр. отд-ние, 1983. 216 с.
4. Сачко Н.С. Концентрация производства в промышленности М.: Экономика, 1968.
5. Anderson S.W., Sedatole K.L. Evidence on the Cost Hierarchy: The Association between Resource Consumption and Production Activities // Journal of Management Accounting Research – American Accounting Association. 2013. Vol. 25. P. 119–141
6. Cooper Robin, Kaplan Robert S. Measure Costs Right: Make the Right Decisions // Harvard Business Review. 1988. 66(5). P. 96–103
7. Giachetti Ronald E., Arango Juan A. Design-centric Activity-based Cost Estimation Model for PCB Fabrication // Concurrent Engineering. 2003. № 11, Issue 2. P. 139–149
8. Huang Shaio-Yan, Chen Hsueh-Ju, Chiu An-An, Chen Chih-Pin. The application of the theory of constraints and activity-based costing to business excellence: the case of automotive electronics manufacture firms // Total Quality Management & Business Excellence. 2014. № 25, Issue 5–6. P. 532–545.
9. Ioannou G., Sullivan W.G. Use of activity-based costing and economic value analysis for the justification of capital investments in automated material handling systems // International Journal of Production Research. 1999. № 37, Issue 9. P. 2109–2134.

УДК 332.1

Махновский Дмитрий Евгеньевич
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД В ОРГАНИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ЗА РУБЕЖОМ

Аннотация. Статья содержит краткую информацию об основных положениях кластерной концепции пространственной организации промышленности. Рассматривается зарубежный и отечественный теоретический опыт разработки и применения этой концепции на практике. Обосновывается перспективность кластеров как формы организации производства в современных условиях. Выявлены проблемы применения кластерной концепции. Констатируется многообразие форм, моделей кластеров. Отмечается высокая степень их зависимости от региональных условий.

Ключевые слова: кластер, регион, промышленность, кластерная политика, инновации.

Makhnovskiy Dmitry, E.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE INVESTMENT CLIMATE IN THE REGION OF INNOVATION

Abstract. The article contains a summary of the main provisions of the cluster concept of the spatial organization of industry. Foreign and domestic theoretical experience of the development and application of this concept in practice is considered. The perspectivity of clusters as a form of production organization under modern conditions is justified. Problems of application of the cluster concept are revealed. The variety of forms and models of clusters is ascertained. There is a high degree of their dependence on regional conditions.

Keywords: cluster, region, industry, cluster policy, innovations.

Концепция кластера стала в последние годы широко распространенной и активно используется в различных исследовательских целях в России и за рубежом. Имеются возможности ее применения для изучения экономических процессов и взаимодействий, моделирования, а также в качестве удобного инструмента управления и статистического учета. В политико-управленческой сфере универсальность концепции, способной по представлениям зарубежных исследователей отразить главные особенности экономического роста, системообразования часто используется для разработки политики регионального развития, адаптированной к потребностям глобализирующегося в условиях НТП хозяйства [16].

Одно из наиболее широко используемых определений кластера дается М. Портером (1998). Он трактует кластер как географические концентрации взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, провайдеров услуг, фирм смежных отраслей экономики, а также ассоциированных институтов (в т.ч. университетов, агентств, торговых ассоциаций) в определенной сфере деятельности, которые одновременно находятся и в конкурентных, и в кооперационных отношениях друг с другом [13]. В одной из своих работ М. Портер выделяет в экономике США 16 отраслевых секторов (кластеров), среди которых 4 представляют «базовые» отрасли промышленности, 6 – отрасли, производящие средства производства, в т.ч. транспортные средства и 6 – производство товаров народного потребления и услуг [14].

М. Портер отмечал, что в современных условиях глобализации и интеграции дифференциация экономики на секторы или отрасли утрачивает актуальность, а на первый план выходят кластеры, то есть системы или сети взаимосвязей фирм и организаций [6].

Вместе с тем М. Портер был далеко не первым и не единственным, кто активно разрабатывал данную проблему. Существенный вклад в исследование экономических проблем создания и развития крупных интегрированных комплексов, в том числе кластеров, внесли такие зарубежные авторы, как Дж. Даннинг, М. Энрайт, О. Сольвелл, Г. Линдквист, Х. Кетельс [10; 11; 12], а также И. Ансофф, А. Стрикланд, В. Фельдман, П. Фишер, В. Хоейр [2; 8; 9].

Отечественные также вносят свой вклад в разработку концепции. Еще в 1970-х гг. термин «кластер» использовался А.П. Горкиным и Л.В. Смирнягиным, К. Фредрикссоном и Л. Линдмарком для обозначения скоплений предпри-

ятий в пространстве [15]. Хорошо известны работы И.В. Пилипенко в сфере типологии и пространственной организации кластеров [5]. А.Н. Асаулом кластерные модели также рассматриваются как сетевые образования. Кластеры – это объединения бизнес-субъектов, функционирующих в пределах четко очерченных территориальных образований. Кластеры, в частности, рассматриваются как одна из разновидностей крупных сетей предпринимательского типа. Являясь следствием территориально-отраслевого деления общественного воспроизводства, кластеры реально воплощают идеологию сетевого подхода [3].

Согласно сложившимся представлениям кластер – это группа близких, географически взаимосвязанных компаний и сотрудничающих с ними организаций, совместно действующих в определенном виде бизнеса, характеризующихся общностью направлений деятельности и дополняющих друг друга. Они создают основу для притока иностранных инвестиций, развития малого и среднего предпринимательства, повышения гибкости и мобильности компаний, формирования условий для реализации достижений НТП, создания широкого спектра сетевых структур. Кластеры позволяют оптимизировать межфирменные контакты, наладить эффективную кооперацию, согласовывать планы бизнес-субъектов организаций, осуществляющих различные виды экономической деятельности. Таким образом, кластер является новой формой сетевой организации межфирменного взаимодействия, позволяющей быстро, инновационно адаптировать внутренние структуры и внешние взаимосвязи к быстро меняющейся внешней среде.

Экономические связи, организующие кластеры, основаны на долгосрочных контрактах (в отличие от холдингов, базирующихся на имущественных интересах) и осуществляются на основе вертикальных и горизонтальных взаимодействий между различными бизнес-субъектами и их симбиозной взаимозависимости, определяемой принципом синергизма. Такие объединения позволяют малым организациям сочетать преимущества малых форм предпринимательства и крупных производств. Между организациями, принадлежащими разным собственникам, возникает родство при сохранении каждой из них своей автономности.

С точки зрения теории кластерная концепция рассматривается в зарубежной Европе как продукт конвергенции нескольких научных парадигм: локализационной экономики в экономической географии (ассоциируемой с концепциями индустриальных округов А.Маршалла и, много позднее, итальянских промышленных округов), региональных инновационных систем и «обучающих регионов» в региональной экономике и децентрализованного управления в бизнес-организации. Однако наряду (и вследствие) со всеми «удобствами» своего использования кластерная концепция постепенно сделалась настолько многогранной, что утратила четкие границы применения.

Кластер, как сложная производственная система, имеет иерархическую, организационную и функциональную структуры. А. Праздничных представляет кластер в виде пирамиды, в которой выделяет три уровня: «ядро» кластера – крупные компании – экспортеры продукции за пределы региона; сеть поставщиков, малые и средние фирмы; организации, обеспечивающие «ядро» кластера ресурсами (трудовыми, финансовыми) и инфраструктурой [7].

Развитый кластер, как считают И.Г. Меньшенина и Л.М. Капустина, включает в себя различные институты, взаимодействующие между собой. Основу кластера составляют малые и средние предприятия. [4].

Большое разнообразие подходов к обоснованию кластеров обусловлено (и обуславливается) множественностью их национальных моделей. Выделяют итальянскую, американскую (США), шотландскую, германскую, британскую, датскую, французскую, финляндскую, азиатскую, японскую и другие разновидности [4].

Система управления развитием и деятельностью кластера должна обеспечивать следующие функции: обмен информацией и поддержка коммуникаций, обеспечение баланса интересов и разрешение противоречий, создание взаимного доверия между участниками кластера, принятие решений, создание и развитие общности интересов участников, связь и коммуникации с органами власти. Как правило, указанные функции могут поддерживаться тремя основными органами управления:

- региональной администрацией, осуществляющей мониторинг работы кластера со стороны органов власти;
- стратегическим комитетом, объединяющим представителей основных участников и определяющим стратегию развития кластера;
- независимым координатором – оператором, осуществляющим нейтральное руководство развитием кластера.

Кластер – это прежде всего функциональное образование. Кластеры могут охватывать как небольшое (10–15 компаний), так и значительное количество предприятий и структур (6–7 тысяч компаний, как, скажем, в Индии или в Китае), а также могут формироваться как из крупных, так и из малых фирм в разнообразных видах объединений и соотношений.

Разные кластеры имеют неодинаковую степень взаимодействия между фирмами, которые входят в них. Формы такого взаимодействия варьируются от сравнительно простых, сетевого типа ассоциаций, до сложных, многоуровневых кооперационно-конкурентных образований. Формирование кластеров возможно как в условиях крупномасштабной, так и небольшой по объёмам экономики (вплоть до муниципального уровня).

Распространено определение ОЭСР, согласно которому под кластером понимаются сочетания (сети) производящих продукцию взаимозависимых фирм (включая специализированных поставщиков), производителей знаний (университеты, исследовательские институты, инжиниринговые компании), посреднические структуры (брокеры, консультанты), а также покупатели, связанные друг с другом цепочками добавленной стоимости продукции. Кластер – система, существующая относительно независимо от внешних воздействий.

Исследования кластеров в европейских странах, в частности, проводимые Институтом региональных инновационных систем, выявили существенные различия в политиках развития кластеров. Выделяются два типа различий [1]. Во-первых, кластерные политики различных регионов заметно различаются масштабами. В финансовых терминах, ресурсы, направленные на развитие класте-

ров, варьируются от значительных стратегических бюджетов (Северный Рейн – Вестфалия, Шотландия) до финансирования отдельных небольших проектов (Франция). Во-вторых, различаются цели и инструменты кластерной политики. Политика в Лимбурге (Нидерланды) и Тампере (Финляндия) в значительной степени сфокусирована на поддержке сетевых взаимодействий между участниками кластера, в то время как в Шотландии (обладающей большими ресурсами) поддержка сетей является всего лишь одним из ряда мероприятий политики. Кластерная политика во Франции заключается в поддержке проектов, сфокусированных на специфические секторы хозяйства. Только в отдельных случаях политика поддерживает все аспекты развития кластера.

В целом практикуемый подход весьма перспективен в части взаимной увязки всех стадий жизненного цикла товаров (услуг) и деятельности фирм их обеспечивающих, включая комплекс мероприятий, предшествующих их появлению. Сложности моделирования и прогнозирования производственных взаимосвязей кластера обуславливаются в немалой степени высокой вариативностью отношений в рыночной среде, ее динамичностью.

Список литературы

1. Анализ зарубежного опыта повышения отраслевой, региональной и национальной конкурентоспособности на основе развития кластеров / Институт региональных инновационных систем. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.innosys.spb.ru/?id=1093>.
2. *Ансофф И.* Стратегический менеджмент. СПб.: Питер, 2009.
3. *Асаул А.Н.* Организация предпринимательской деятельности: Учебник. СПб.: АНО ИПЭВ, 2009.
4. *Меньшенина И.Г., Капустина Л.М.* Кластерообразование в региональной экономике: Монография. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2008.
5. *Пилипенко И.В.* Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы. Москва–Смоленск, 2005. 496 с.
6. *Портер М.* Конкуренция. М.: Изд. дом «Вильямс», 2005.
7. *Праздничных А.* Особые экономические зоны – это не кластеры / *А. Праздничных* // Коммерсант. 2006. №51. С. 50.
8. *Фишер П.* Привлечение прямых иностранных инвестиций в Россию: 5 шагов к успеху. М.: Наука, 2004.
9. *Хойер Е.* Как делать бизнес в Европе: Пособие для сотрудников внешнеторговых организаций, совместных предприятий, смешанных фирм, кооперативов. М.: Фонд «За эконом. грамотность», 1991.
10. *Dunning J.H.* The globalization of business: the challenge of the 1990s. N.Y.: Routledge, 1993. 467 p.
11. *Enright M.J.* Regional Clusters: What we know and what we should know. Paper prepared for the Kiel Institute International Workshop on Innovation Clusters and Interregional Competition, 2002. 25 p.
12. *Lindqvist Göran, Ketels Christian, Sölvell Örjan.* The Cluster Initiative Greenbook 2.0 Published by: Ivory Tower Publishers, Stockholm, 2013. 56 p.
13. *Porter M.* Clusters and the new economics of competition // Harvard Business Review, No. 76, 1998, P. 77–90.
14. *Porter M.E.* The Competitive Advantage of Nations: With a New Introduction. N.Y.: The Free Press, 1990, Palgrave Tenth Edition, 1998.

15. Spatial Analysis, Industry and the Industrial Environment. Progress in Research and Applications. Vol. 1. Industrial systems / Edited by *F.E.I. Hamilton and Linge G.J.R.* Chichester, N.Y., Brisbane, Toronto: Wiley, 1979. 289 p.

16. Strategic Cluster Development: Applying Strategic Policy Intelligence to create a Joint Research Agenda. Regional Foresight and Cluster Development. Background Paper for the CRE-ATE project. Stuttgart. 2008.

УДК 338.1

Мыскина Анастасия Владимировна
Попова Яна Александровна
Новосибирский государственный университет
экономики и управления

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Аннотация. На сегодняшний день, развитие отраслей промышленности, в отношении которых Правительством Российской Федерации было принято решение об утверждении стратегии развития, является одним из приоритетных направлений для отечественной экономики. Задачи, решаемые в рамках конкретной стратегии, прочно связаны и являются результатом общих целей развития экономики государства. Стратегической целью важнейших отраслей промышленности становится переход на инновационную модель развития.

Ключевые слова: стратегическое управление, стратегия развития государства, проблемы промышленности, инновации, промышленный комплекс.

Myskina Anastasia, V.
Popova Yana, A.
The Novosibirsk State University
of Economy and Management

STRATEGIC PROBLEMS OF DEVELOPMENT INDUSTRIAL COMPLEX

Abstract. Today, development of industries on which the Government of the Russian Federation has made the decision on the approval of the development strategy is one of the priority directions for domestic economy. The tasks solved within concrete strategy are strongly connected and are result of overall objectives of development of economy of the state. Transition to innovative model of development becomes a strategic objective of the major industries.

Keywords: strategic management, strategy of development for the state, problem of the industry, innovation, industrial complex.

Стратегия представляет собой оптимальный набор приемов и правил, которые позволяют достичь локальных и глобальных целей фирмы, воплотить в действительность предназначение. Выделив стратегические цели, важно установить их преимущества упорядочив между собой для возможности решения проблем. В

качестве наиболее частых проблем планирования можно выделить отсутствие ярко выраженного и тщательно продуманного плана достижения цели.

Стратегическими проблемами являются отклонения действующего положения организации поставленным задачам. Из этого следует, что для их выявления необходим достоверный анализ текущего положения организации, актуальный ассортимент стратегических целевых преимуществ и сопоставление между ними. К значительным стратегическим проблемам следует отнести проблемы планирования, поиска новых направлений ее развития и избрания сферы деятельности предприятия.

Стратегическое управление основано на представлении об организации как об обособленной и постоянной (в относительном смысле) системе, которая восполняет в экономическом пространстве и времени разные формы комбинаций ресурсов и усилий. В его основе находятся попытки менеджера проникнуть за границы управляемого процесса или системы, а также предвидеть причины, результаты и факторы функционирования фирмы, суметь отвести негативные события и попадание в ситуации риска. Со стороны экономической безопасности стратегическое управление основано на создании «здоровых» сторон данной фирмы, его внутренней устойчивости, способности к самостоятельному восстановлению в случае отрицательного воздействия внешней среды.

Оперативное же управление, в свою очередь, основано на создании и сохранении высокого уровня мобильности, а также управляемости и быстроты управленческих процессов и объектов в организации, немедленном вмешательстве руководителя в процесс работы фирмы и мгновенной реакции управляемого контура. Здесь развивается приспособляемость, быстрота воздействий, видоизменение элементарных производственных и хозяйственных процессов, значительная несамостоятельность управляемых элементов.

К несчастью, стратегические проблемы зачастую не являются приоритетными по сравнению с оперативными. Более того, целенаправленное выявление стратегических проблем, может послужить к не видению их на фоне оперативных вопросов. Разберем их подробнее.

Первой проблемой можно назвать техническое отставание, заключающееся в отсутствие эффективного законодательства в области инноваций, которое обусловлено недостаточным количеством инвестиций в основной капитал предприятий. Данная проблема ведет к снижению конкурентоспособности отрасли. Одним из направлений решения может стать программа сотрудничества российских промышленных предприятий с ведущими зарубежными производителями.

Второй проблемой является незначительное применение нанотехнологий в промышленности. На сегодняшний день Россия, наряду с Индией и Китаем, входит в число стран с развивающимся рынком Научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ для нанотехнологий и отстает от мировых лидеров в данной отрасли, в том числе по количеству международных нанотехнологических патентов. В связи с этим в промышленности практически отсутствуют коммерческие наноизобретения. Ни одну из разновидностей наноматериалов в России не производят в промышленных масштабах.

Третья проблема затрагивает повышение уровня тарифов естественных монополий. Подъем цен на продукцию естественных монополий в России, регулируемый на сегодняшний день государством, крайне негативно сказывается на развитии промышленности, снижая объемы прибыли для конкретного предприятия, а также, способствуя замедлению экономического роста всей страны. Однако повышение тарифов продолжается из года в год, и по прогнозам следующие два года не станут исключением, о чем могут свидетельствовать данные по динамике оптовых цен на газ для промышленных потребителей. Кроме того, в нашей стране цена газа для промышленности значительно отличается от цены того же ресурса для населения. Данное обстоятельство объясняется существующей на сегодняшний день практикой перекрестного субсидирования, под которым понимается установление тарифов для населения ниже средних издержек за счет повышения тарифов для предприятий.

Таким образом, формирование адекватных цен на услуги монополий позволит промышленным предприятиям повысить уровень доходов, что в целом благоприятно скажется на конкурентоспособности отечественной промышленности.

Четвертой проблемой можно назвать отсутствие необходимых человеческих ресурсов, или кадровую проблему. По прогнозам экспертов в ближайшие несколько лет отсутствие достаточного количества высококвалифицированных специалистов может заметно сократить темпы промышленного роста. По данным Росстата численность уволившихся за отчетный период сотрудников в промышленности превышает количество принятых на работу. Кроме того, уровень старения кадров на производстве постоянно растет, при этом средняя заработная плата составляет около 9000 рублей в месяц. Таким образом, привлечение молодых кадров в отрасль становится под сомнение.

Однако не только вопрос о кадровом ресурсе на предприятиях промышленности и «омоложении» отрасли необходимо рассматривать при обсуждении данной проблемы. Столько же актуальна задача качественной подготовки и переподготовки специалистов, воспроизводство кадров. Причем в современных условиях промышленные предприятия нуждаются не просто в технически грамотных специалистах, которые смогут осуществлять набор функций, но в сотрудниках с определенным складом ума, стремящихся к постоянному развитию, модернизации процессов и оптимизации деятельности, готовых вносить конструктивные предложения на рассмотрение руководства. Тандем профессионалов позволит промышленному предприятию следовать по инновационному пути, не просто функционировать, а развиваться.

Пятой проблемой является обстоятельство, когда контрафактная продукция оказывает значительное влияние на развитие промышленности и экономики в целом сразу по нескольким направлениям. Во-первых, убытки несет государство, недополучающее налоговые отчисления в бюджет. Во-вторых, «страдают» предприятия всей отрасли, в которой незаконно произведенная продукция получила свое распространение. Причем в данном случае потери характеризуются не только снижением прибыли в данный конкретный момент, но и будущее падение спроса, связанное с негативным мнением потребителя, воспользовавшегося однажды контрафактной продукцией. Третье направление –

это отрицательное влияние на здоровье потребителей, что крайне опасно, особенно в тех случаях, когда недоброкачественная подделка относится к предметам массового потребления. Четвертая составляющая – значительное количество контрафактной продукции на рынке негативно отражается на имидже страны в мире, что подрывает инвестиционную привлекательность отечественной промышленности. И, наконец, пятым направлением, является ущерб, который наносит контрафактная продукция владельцам индивидуальных прав, в лице которых часто выступает либо предприятие, либо государство. Таким образом, контрафактная продукция причиняет вред дважды, в первый раз в момент проникновения на рынок (причем по нескольким направлениям), а во второй раз, посредством негативной реакции потребителя, которая отразится на уменьшении доходов предприятия, а те, в свою очередь, на поступлениях в бюджет.

На сегодняшний момент борьба с контрафактом – одно из направлений практики Федерального Патентного Бюро «Гардиум». Бюро регулярно помогает клиентам решать проблемы, связанные с распространением поддельной продукции как в Москве, так и по всей России.

К шестой проблеме относятся вопросы экологии и ресурсосбережения, которые тесно связаны с проблемой технического и технологического отставания промышленности и являются крайне негативными характеристиками на пути стратегического развития промышленного комплекса Российской Федерации. Устаревшее оборудование и технологии в целом не соответствуют современным представлениям о промышленной экологии и ресурсосбережения. На сегодняшний день Правительством одобрена программа энергосбережения и повышения энергетической эффективности до 2020 года, которая также должна способствовать решению ресурсной проблемы. Однако стоит отметить, что, несмотря на активную проектную деятельность в данной сфере, на практике, государством до сих пор не выработаны конкретные механизмы финансирования энергосберегающих проектов.

Похожая ситуация сложилась и в экологической сфере. Финансирование экологических проектов в Российской Федерации ничтожно мало по сравнению со странами Европы, например. Кроме того, вопросы взаимодействия и ответственности органов различных уровней власти в настоящее время не решены. Для решения проблем экологии основными направлениями являются внедрение экологически чистых технологий (то есть модернизация производства, которая уже упоминалась ранее), повышение экологических стандартов для промышленности, принятие экологического Кодекса Российской Федерации, а также выработка стратегии привлечения финансовых ресурсов в развитие экологии страны, в том числе за счет государственной поддержки, внешних инвестиций, собственных средств предприятий и т.д.

Седьмой проблемой является невысокая доля экспортной продукции. Наибольшая доля в структуре экспорта приходится на топливно-энергетические товары и минеральные продукты. Таким образом, экспорт РФ имеет сырьевую направленность. Это отрицательно сказывается на экономическом развитии страны: доходы от сырьевого экспорта способствуют росту внутренних цен на товары

и услуги, вследствие чего увеличиваются издержки отечественных производителей. Высокие цены на отечественные товары делают их неконкурентоспособными по сравнению с импортной продукцией. В том числе по этой причине развитые страны стремятся сократить показатели экспорта сырья за счет увеличения доли экспорта готовой продукции, услуг, оборудования. Для диверсификации экспорта РФ необходимо развитие технологий, поддержка инновационной составляющей экономики. Указанные меры позволят расширить внутреннее производство, тем самым увеличив долю поступлений в бюджет, а также оптимизировать структуру экспорта и импорта путем самостоятельного производства различных видов оборудования (в том числе высокотехнологичного).

К восьмой проблеме относится структурная асимметрия рынка. Асимметрия проявляется на развитии некоторых отраслей промышленности и, в конечном счете, приводит к спаду конкурентоспособности экономики на мировом рынке. Вслед за инвестиционным разрывом следует технологическое отставание, поскольку одним из направлений инвестиций в промышленность является внедрение новых технологий и модернизация основных фондов. Важно заметить, что наибольшее воздействие на рыночную активность может оказывать асимметричная информация, которая создает реальные возможности злоупотребления одним из участников сделки неинформированностью контрагента, что ведет к резкому снижению общественного благосостояния.

Таким образом, при формировании стратегии развития необходимо учитывать тот факт, что промышленности нужны альтернативные источники инвестиций, помимо иностранного капитала, а также благоприятные экономические условия для их привлечения.

Девятой проблемой можно определить институциональные лакуны. Ситуация в промышленности на сегодняшний день характеризуется крайне слабым развитием, а в некоторых случаях полным отсутствием важных институтов рынка и правовых институтов. Необходимо формирование такой институциональной системы, которая будет способна обеспечить условия для роста промышленных предприятий, создание институциональной среды для активного развития промышленности, включающей в себя такие направления, как инновации, стратегическое планирование, стратегический менеджмент, инвестиции, реструктуризация кадровой политики и др. Создание новых институциональных структур может стать фундаментом для дальнейшего взаимодействия между промышленными предприятиями в части обмена позитивным опытом и новыми технологиями.

И, наконец, десятой проблемой служит отсутствие заинтересованности государства в развитии промышленности. Эта проблема может быть успешно преодолена, в результате выработке государством единой стратегии и контролем над исполнением мер по ее реализации.

Решение стратегических проблем развития производства и изменение структуры промышленности будет происходить, прежде всего, в результате соответствующей государственной политики, главным принципом которой будет являться выработка приоритетов, определяющих направления структурного развития. К сожалению, на сегодняшний день можно сделать вывод, что Правительство

устраивает существующее положение дел и, несмотря на кажущуюся активность, реальные меры поддержки промышленного сектора экономики не выработаны.

Список литературы

1. Капитонов С.В., Тюкавкин Н.М. Разработка организационно-экономического механизма устойчивого развития отрасли промышленности с помощью системы базовых экономических показателей // Основы экономики, управления и права. 2012. №2.
2. Кисельников Е.А., Сорочайкин А.Н., Тюкавкин Н.М. Оценка стратегии повышения эффективности функционирования предприятий машиностроения на основе капитализации прибыли // Вестник Самарского гос. ун-та. 2013. №2.
3. Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studopedia.org/2-5193.html> (дата обращения: 14.02.2018).

УДК 332.1

Найденова Татьяна Анатольевна

Новокшонова Елена Николаевна

Сыктывкарский государственный университет
им. Питирима Сорокина

ФОРМЫ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КАК УСЛОВИЕ УСТОЙЧИВОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА (НА МАТЕРИАЛАХ РЕСПУБЛИКИ КОМИ)

Аннотация. Стратегией социально-экономического развития РФ взят курс на повышение конкурентоспособности как российской экономики в целом, так и экономики отдельных регионов. Первоочередную роль в реализации данного курса играет промышленность. Для ее роста необходимы инструменты, позволяющие системно регулировать меры поддержки промышленности, обеспечения развития ее отраслей, поскольку функционирование конкурентоспособной промышленности является необходимым условием для появления новых инновационных производств и форм организации производства. Такими инструментами являются промышленные (индустриальные) парки и промышленные кластеры.

Статья нацелена на рассмотрение двух основных форм территориального развития промышленности – промышленные (индустриальные) парки и промышленные кластеры (лесной и нефтегазовый), которые способствуют реализации крупных инвестиционных проектов, развитию инновационного потенциала, развитию других видов экономической деятельности, малого и среднего бизнеса, импортозамещению.

Ключевые слова: регион, территория, промышленная политика, кластер, индустриальный парк.

Naidenova Tatyana, A.

Novokshonova Elena, N.

Syktывkar State University named Pitirim Sorokin

FORMS OF TERRITORIAL DEVELOPMENT OF INDUSTRY AS THE CONDITION OF SUSTAINABLE SOCIAL-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION (ON THE MATERIALS OF THE REPUBLIC OF KOMI)

Abstract. The strategy of socio-economic development of the Russian Federation has taken a course to increase the competitiveness of both the Russian economy as a whole and the economy of individual regions. The primary role in the implementation of this course is played by industry. To grow it, tools are needed that allow to systematically regulate measures to support industry and ensure the development of its industries, since the functioning of a competitive industry is a prerequisite for the emergence of new innovative industries and forms of organization of production. Such tools are industrial (industrial) parks and industrial clusters.

The article is aimed at consideration of two basic forms of territorial development of industry – industrial (industrial) parks and industrial clusters (forestry and oil and gas), which contribute to the implementation of large investment projects, the development of innovative potential, the development of other economic activities, small and medium-sized businesses, import substitution.

Keywords: region, territory, industrial policy, cluster, industrial park.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что на современном этапе экономического развития роль и место страны, отдельно взятого региона в мировой экономической системе определяется эффективностью использования конкурентных преимуществ своей экономики в рамках этой системы. Определяющую роль в формировании конкурентных преимуществ играет ускоренное развитие промышленного производства. Поэтому целевой установкой Государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности», утвержденной Постановлением Правительства РФ №328 от 15 апреля 2014 г является создание в России конкурентоспособной, устойчивой, структурно сбалансированной промышленности, способной к эффективному саморазвитию на основе интеграции в мировую технологическую среду, направленной на разработку и применение передовых промышленных технологий, на формирование и освоение новых рынков инновационной продукции, позволяющей эффективно решать задачи обеспечения экономического развития страны.

Для достижения цели необходимы инструменты, позволяющие системно регулировать меры поддержки промышленности, обеспечения развития ее отраслей, поскольку функционирование конкурентоспособной промышленности является необходимым условием для появления новых инновационных производств, а успешное развитие промышленных организаций – условие стабильного развития российской экономики.

Ключевым нормативным правовым актом для формирования в Российской Федерации промышленной политики на федеральном, региональном и местном уровнях, а также для совершенствования законодательства в сфере государственной поддержки промышленного производства выступает Федеральный закон №488-ФЗ от 31 декабря 2014 г. «О промышленной политике в Российской Федерации» становится первым комплексным документом, формулирующим цели, задачи и механизмы реализации промышленной политики, предусматривающим новые инструменты стимулирования промышленного производства. Закон определяет две основные формы территориального развития промышленности – промышленные (индустриальные) парки и промышленные кластеры.

В настоящее время в Республике Коми рассматриваются следующие проекты технологических и индустриальных парков:

1. Создание технопарка на территории республики по распределенной модели, представляющей совокупность ранее созданной инновационной инфраструктуры и вновь создаваемых объектов, необходимых для поддержки инновационных предприятий на всех стадиях жизненного цикла.

Кооперация на уровне территориально-отраслевых инновационно-технологических центров позволит привлечь резервный производственный, технологический, финансовый, интеллектуальный и иной потенциал партнеров технопарка на взаимовыгодных условиях.

Технопарк будет специализироваться на следующих основных отраслевых направлениях: технологии и аппаратные системы, связанные с энергоэффективностью, комплексным и рациональным использованием природных ресурсов; информационные технологии; биотехнологии; композитные материалы; технологии по деревообработке и использованию древесных отходов; технологии строительных систем и производства строительных материалов на основе местного сырья; технологии ведения интенсивного лесного хозяйства; технологии, направленные на повышение эффективности сельскохозяйственного производства. Указанный перечень направлений не является исчерпывающим.

2. Проект по созданию технологического парка на территории г. Ухта. Инициатор проекта – Ухтинский государственный университет. В настоящее время проект находится в стадии разработки концепции, проводится работа по возможности создания инжинирингового центра. Проводится поиск потенциальных резидентов.

Резиденты технологических парков в Республике Коми, осуществляющие свою деятельность в приоритетных видах экономической деятельности, определенных Правительством Республики Коми, в течение 5 лет освобождаются от уплаты налога на имущество организаций, а также части налога на прибыль организаций (Закон Республики Коми от 10.11.2005 №113-РЗ «О налоговых льготах на территории Республики Коми и внесении изменений в некоторые законодательные акты по вопросу о налоговых льготах»).

В качестве дополнительных преимуществ резидентов можно выделить: возможность кооперативного использования технологий на базе создаваемого технопарка; льготы в части арендной платы и эксплуатационных платежей; возможность продвижения продукции, используя бренд «Технопарк Республики Коми» и «Резидент технопарка Республики Коми»; консультационную и методическую поддержку со стороны управляющей организации, органов исполнительной власти Республики Коми.

Другой формой промышленного развития республики является использование кластерного подхода в экономике в качестве «точек роста» при условии серьезной предварительной проработки и оценки проектов, выявлении всех сильных и слабых сторон, как одного из важнейших механизмов саморазвития регионов. Для Республики Коми «точкой роста» ее экономики, развития инновационного потенциала и повышения качества жизни населения является лесной сектор. Поэтому в качестве приоритетного направления саморазвития определено кластерное развитие, в частности, формирование лесопромышленного кластера. За счет создания Лесопромышленного кластера, который пред-

ставляет собой связку конкурентоспособных компаний, реализующих сырьевые и перерабатывающие возможности региона, обеспечивается повышение уровня кооперации, в том числе международной, который позволяет заимствовать у иностранных компаний передовые технологии и методы управления, продвигать передовые российские технологии на мировом рынке.

Целью кластерной инициативы в республике является адаптация традиционных отраслей промышленности к современным технологическим укладам за счет формирования источников роста инновационной экономики в рамках кластерных проектов, а также достижение глобальной конкурентоспособности региональной промышленности по отдельным направлениям [2, с. 187].

Участниками Лесопромышленного кластера являются 10 промышленных предприятий. Ядром кластера является АО «Монди СЛПК». В состав кластера входят организации, способные последовательно осуществлять полный цикл работ по разработке, внедрению и производству высококачественной продукции: ООО «ПечораЭнергоРесурс», ООО «СПК», ООО «Жешартский ЛПК», ООО «Лузалес» и др. Участники кластера связаны совместными научно-техническими социально-экономическими проектами. Выпуск конечной продукции осуществляют 6 промышленных организаций: ООО «НПП «Леспромсервис», ООО «Леспромсервис», ООО «СПК», АО «Монди Сыктывкарский ЛПК», ООО «Жешартский ЛПК» и ООО «ПечораЭнергоРесурс».

Инфраструктура Лесопромышленного кластера включает: научно-исследовательские и научно-образовательные учреждения, объекты технологической и промышленной инфраструктуры, финансовые организации.

Ключевым образовательным учреждением Республики Коми, осуществляющим подготовку высококвалифицированных специалистов, основанную на инновационных технологиях, в том числе для лесопромышленного комплекса, выступает ФГБОУ ВО «Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина».

В состав технологической и промышленной инфраструктуры кластера входят: ГУП РК РП «Бизнес-инкубатор» и МКУ «Удорский бизнес-инкубатор», которые осуществляют поддержку участников кластера, предоставляя им информационно-консультационные услуги.

Финансовые организации (АО «Гарантийный фонд Республики Коми», АО «Микрофинансовая организация Республики Коми») осуществляют финансовое сопровождение и поддержку участников кластера.

В рамках Лесопромышленного кластера предполагается реализация пяти совместных инвестиционных проектов.

Оценка совместных проектов участников Лесопромышленного кластера Республики Коми показала, что кластерные инициативы реализуются в основном за счет собственных средств инициаторов проектов и за счет средств финансово-кредитных организаций. В отдельных случаях используются средства федерального бюджета для субсидирования целевых затрат, что способствует реализации плана мероприятий по импортозамещению в лесопромышленном комплексе республики. Результат реализации совместных проектов – увеличение числа высокопроизводительных рабочих мест; существенный рост объемов добавленной стои-

мости промышленной продукции участников кластера и рост объемов выручки от реализации промышленной продукции участников кластера.

Предполагается создание нефтегазового кластера для совместного решения вопросов, связанных с внедрением инноваций, импортозамещением и поддержкой технических разработок в данной сфере.

В конечном счете, через создание технологических (индустриальных) парков, кластеров организации коллективно способствуют реализации проектов, в которых сами заинтересованы, привлекая при этом помощь со стороны государства. Государство, в свою очередь, также заинтересовано в создании кластеров, поскольку таким образом можно четко определить, какие направления в промышленности, науке и образовании нуждаются в реальной поддержке. В результате обеспечивается рост промышленного производства и смежных отраслей, инвестиционной привлекательности республики, а, следовательно, складывается благоприятный инвестиционный климат, что создает условия для устойчивого социально-экономического развития региона.

Список литературы

1. *Найденова Т.А., Швецова И.Н.* Методология оценки и оценка финансовой устойчивости бюджетов субъектов РФ (на материалах Северо-Западного федерального округа) // Экономика и предпринимательство. 2017. №1. С. 319–328.
2. *Новокшонова Е.Н.* Оценка региональной инвестиционной политики как инструмента создания промышленных кластеров в условиях Севера. М.: Экон-Информ, 2015. 234 с.
3. *Швецова И.Н., Найденова Т.А.* Актуальные проблемы государственных и муниципальных финансов: Монография / *И.Н. Швецова, Т.А. Найденова.* Сыктывкар: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2016. 144 с.

УДК 332.1

Найденова Татьяна Анатольевна

Швецова Ирина Николаевна

Сыктывкарский государственный университет
им. Питирима Сорокина

ПОДХОДЫ К МЕХАНИЗМУ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА (НА МАТЕРИАЛАХ РЕСПУБЛИКИ КОМИ)

Аннотация. Реализация курса Правительства России на модернизацию всех сфер общественной жизни не возможна без изменения подходов к проведению региональной промышленной политики.

Статья нацелена на рассмотрение наиболее значимых подходов к механизму реализации современной региональной промышленной политики. Представлены три основные направления успешного проведения региональной промышленной политики, которые способствуют повышению конкурентоспособности промышленности путем реализации крупных инвестиционных проектов, развитию инновационного потенциала.

Ключевые слова: регион, промышленная политика, подходы к реализации промышленной политики.

**Naidenova Tatyana, A.
Shvetsova Irina, N.**

Syktyvkar State University named Pitirim Sorokin

APPROACHES TO THE MECHANISM OF IMPLEMENTATION OF THE INDUSTRIAL POLICY OF THE REGION (ON THE MATERIALS OF THE REPUBLIC OF KOMI)

Abstract. Implementation of the course of the Government of Russia for the modernization of all spheres of public life is not possible without changing approaches to the conduct of regional industrial policies.

The article is aimed at consideration of the most significant approaches to the mechanism for implementing modern regional industrial policy. Three main directions of the successful implementation of regional industrial policy are presented, which contribute to increasing the competitiveness of the industry through the implementation of major investment projects and the development of innovative capacity.

Keywords: region, industrial policy, approaches to the implementation of industrial policy.

Правительство Российской Федерации, взяв курс на модернизацию всех сфер общественной жизни, в качестве важнейшего обозначило вопрос о месте и роли промышленности в реализации одного из основных направлений модернизации – модернизации экономики.

Несмотря на растущий интерес исследователей к индустриальному сектору экономики, теоретические основы современной промышленной политики не до конца проработаны.

На Западе этот термин чаще всего обозначает меры государства по поддержке или развитию конкретных секторов экономики. Зарубежные экономисты данный термин (*industrial policy*) определяют, как «государственную политику, имеющую воздействие на распределение ресурсов между отраслями промышленности. Она способствует расширению производства, инвестиций, проведению НИОКР, модернизации и производственной реорганизации в рамках определенных отраслей и одновременно ограничению этих процессов в других отраслях». В наиболее широком смысле промышленная политика – «это политика государства, имеющая в качестве непосредственной цели оказание определенного влияния на структуру, функционирование, результативность работы различных отраслей промышленности» [3].

В России промышленная политика законодательно определена как комплекс правовых, экономических, организационных и иных мер, направленных на развитие промышленного потенциала РФ, обеспечение производства конкурентоспособной промышленной продукции [2].

На наш взгляд, определение цели реализации промышленной политики через повышение конкурентоспособности приоритетных отраслей является узким. Приоритет повышения конкурентоспособности перспективных отраслей становится актуальным в условиях стабильного экономического развития территории. В то же время, в периоды серьезных экономических трансформаций,

тесно связанных с экономической безопасностью страны, основной целью промышленной политики является динамичная структурная перестройка.

Региональная промышленная политика, несомненно, является составной частью государственного аналога, при этом к ней предъявляются специфические требования и ограничения. В частности, она определяется исходя из направлений и темпов социально-экономического развития региона, величины его бюджета, характеристик внутренней конкурентной среды, экологической обстановки, ресурсного потенциала, а также с учетом собственной инвестиционной политики.

Однако определение дефиниции «региональная промышленная политика» не зафиксировано в законодательных актах РФ.

Определим региональную промышленную политику как элемент промышленной политики государства, представляющий собой систему мер, направленных на инновационные изменения в структуре промышленного производства в соответствии с выбранными целями и приоритетами стратегии развития субъекта РФ.

В Республике Коми отсутствует специальный закон о промышленной политике. Промышленное развитие определяется законом Республики Коми «О некоторых вопросах в сфере промышленной и инновационной политики в Республике Коми» от 31 октября 2017 года №78-РЗ.

Успешность проведения промышленной политики во многом определяется продуманным механизмом ее реализации. Данный механизм, как и само понятие промышленной политики, претерпел существенные изменения. Еще в 90-е годы прошлого века основная модель механизма реализации промышленной политики в нашей стране представляла собой механизм развития наукоемких отраслей, механизм реструктуризации традиционных отраслей и компенсационный механизм. Последний был призван не только снизить негативные социальные последствия процесса трансформации промышленного комплекса территории, но и решить проблемы, являющиеся общими как для традиционных, так и для наукоемких отраслей (проблемы структурной безработицы, инфраструктурного обеспечения структурной перестройки промышленности, повышения «инновационности» промышленного комплекса и т.д.).

Изменившиеся условия и новые требования к современной промышленной политике определяют необходимость разработки новых подходов к механизму ее реализации. Среди таких подходов могут быть выделены как наиболее значимые три [4, с. 27–28]:

1. Реализация приоритетных промышленных проектов различного масштаба. В рамках проекта как инструмента промышленной политики целесообразно соединение административных, финансовых, структурных, технологических и рыночных ресурсов. Среди таких проектов можно выделить два типа: инфраструктурные и инновационные. Поддержанные в рамках промышленной политики инновационные проекты обычно преследуют три цели. Первая – создание в рамках отечественной экономики замкнутых цепочек добавленной стоимости, на выходе которых создается конкурентоспособный наукоемкий продукт. Вторая – встраивание отечественных компаний в глобальные цепочки

с участием зарубежных транснациональных компаний. Третья – формирование транснациональных компаний на базе отечественных.

В Республике Коми реализуется государственная программа «Развитие промышленности», цель которой формирование высокотехнологичной, конкурентоспособной, устойчивой и сбалансированной промышленности и программа развития газоснабжения и газификации Республики Коми, в которой предусмотрена газификация центральных и южных районов региона, а также город Воркута.

2. Кластерный подход к построению промышленной политики. Промышленный кластер – это группа географически соседствующих и интеграционно взаимосвязанных компаний, действующих в определённой сфере, конкурирующих между собой и в то же время взаимодополняющих друг друга, что усиливает конкурентные преимущества отдельных компаний и, следовательно, кластера в целом. Кластеры не являются абсолютной новацией в хозяйственной практике, но лишь в последнее время они становятся объектом и инструментом государственной промышленной политики. Такой подход позволяет реализовать новую модель частного сектора государства, торговых ассоциаций, исследовательских и образовательных учреждений, прежде всего, с точки зрения их участия в инновационном процессе. Кластерный подход – это не только средство достижения таких целей промышленной политики, как структурные изменения, модернизация экономики, повышение ее конкурентоспособности, усиление инновационной направленности, но и мощный инструмент регионального развития.

Для Республики Коми «полусом роста» ее экономики, развития промышленного потенциала и повышения качества жизни населения является лесной сектор. Поэтому в качестве приоритетного направления определено формирование лесопромышленного кластера. Целевой установкой кластерной инициативы в республике является адаптация традиционных отраслей промышленности к современным технологическим укладам за счет формирования источников роста инновационной экономики в рамках кластерных проектов, а также достижение глобальной конкурентоспособности региональной промышленности по отдельным направлениям [1, с. 187].

Участниками Лесопромышленного кластера являются 10 промышленных организаций.

В рамках Лесопромышленного кластера осуществляется реализация пяти совместных инвестиционных проектов. Источником финансирования кластерных инициатив являются в основном собственные средства инициаторов проектов и средства финансово-кредитных организаций. В отдельных случаях используются средства федерального бюджета для субсидирования целевых затрат, что способствует реализации плана мероприятий по импортозамещению в лесопромышленном комплексе республики. Результат реализации совместных проектов – существенный рост объемов добавленной стоимости промышленной продукции участников кластера и рост объемов выручки от реализации промышленной продукции участников кластера.

Серьезным потенциалом кластеризации, то есть устойчивого функционирования в системе связанных отраслей, в республике обладает нефтегазовая отрасль. Поэтому предполагается создание нефтегазового кластера для совмест-

ного решения вопросов, связанных с внедрением инноваций, импортозамещением и поддержкой технических разработок в данной сфере.

3. Государственно-частное партнерство (ГЧП). Появление двух наиболее значимых экономических сил – государства и частного бизнеса – предопределяет необходимость более тесного сотрудничества. Такие тенденции сотрудничества определяют развитие современной экономики. В теории конкурентных преимуществ на смену традиционной конкуренции пришла так называемая соконкуренция, в теории экономической власти – все большее значение придается обоснованию различного рода альянсов, партнерств и т.д. Эта ситуация предопределила совершенно особое качество взаимодействия бизнеса и власти, которое сейчас называется партнерством. Оно выходит за рамки простого использования властными структурами возможностей предпринимателей для реализации общественно значимых целей.

ГЧП – это новая модель, позволяющая субъектам РФ определять приоритетные проекты в области развития современных производств и объектов инфраструктуры, а главное, устойчиво привлекать для них внебюджетные источники финансирования.

Применение механизма ГЧП не может полностью заменить традиционные способы бюджетного финансирования, но способно существенно сократить бюджетозависимость инвестиционного процесса и, следовательно, повысить эффективность и стабильность осуществления крупных инвестиционных проектов. В основе возможных инструментов предусмотрены такие рычаги, как предоставление государственных гарантий на привлечение долгового (заемного) финансирования, предоставление капитального гранта для инвесторов, выделение земельных участков на строительство, предоставление налоговых льгот. В настоящее время в качестве наиболее приемлемой схемы реализации проекта определена концессионная модель, которая, опираясь на имеющуюся законодательную базу, позволяет эффективно распределять риски на проект между государством и частными инвесторами на долгосрочной основе, создать достаточные условия инвестиционной привлекательности проекта для частного капитала.

Практика партнерских отношений власти и бизнеса позволяет на достаточно долгосрочном рубеже формировать портфели качественных инвестиционных проектов, внедрять методы проектного управления и масштабную подготовку квалифицированных кадров; осуществлять оперативное взаимодействие федеральных, региональных и местных органов власти и бизнес-структур, а также различных финансовых институтов.

В Республике Коми в настоящее время реализуется 8 инвестиционных проектов на условиях государственно-частного партнерства: проекты в области культуры, здравоохранения, жилищно-коммунального хозяйства. Основным источником их финансирования внебюджетные средства. Проекты реализуются на основе концессионного соглашения в соответствии с федеральным законом «О концессионных соглашениях» и федеральным законом «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

Одним из отрицательных факторов, влияющих на достижение результатов основных мероприятий в области промышленной политики Республики Коми, явилась низкая активность промышленных организаций республики в части разработки бизнес-планов с целью открытия новых производств, выпуска новых видов продукции, а также инвестиционных проектов, претендующих на государственную поддержку.

Список литературы

1. Новокшонова Е.Н. Оценка региональной инвестиционной политики как инструмента создания промышленных кластеров в условиях Севера. М.: Экон-Информ, 2015. 234 с.
2. О промышленной политике в Российской Федерации: Федеральный закон РФ от 31 декабря 2014 г. №488-ФЗ. [Электронный ресурс]: СПС КонсультантПлюс. Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.01.2018).
3. Сахирова Н.П., Онуфриева А.С. Промышленная политика и ее взаимодействие с направлениями государственной страховой политики в России // Управление в страховой компании. 2009. №4. [Электронный ресурс]: СПС КонсультантПлюс. Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 20.01.2018).
4. Татаркин А.И., Романова О.А. Промышленная политика и механизм ее реализации: системный подход // Экономика региона. 2007. №3. С. 19–31.

УДК 330.3

Плоткин Борис Кальманович
Ассоциация содействия промышленности
Научно-экономический комитет, Санкт-Петербург

ЭВОЛЮЦИЯ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО СНАБЖЕНИЯ: ВПЕРЕД К СНАБЖЕНИЮ

Аннотация. Для развития промышленного комплекса требуется возродить профильную подготовку специалистов по снабжению и сбыту для реализации благоприятных условий рыночной экономики.

Ключевые слова: производство, логистика, снабжение, сбыт, оптимум снабжения, нормы расхода, цены закупки, обучение.

Plotkin Boris, K.
Association for the promotion of industry
Scientific and Economic Committee, Saint-Petersburg

THE EVOLUTION AND CURRENT STATE OF LOGISTICS: FORWARD TO THE HOUSING

Abstract. For the development of the industrial complex required to revive specialized training in procurement and distribution for the implementation of favourable conditions of the market economy.

Keywords: manufacturing, logistics, supply, marketing, optimum logistics, consumption rate, purchase price, training.

Материально-техническое снабжение и сбыт остаются важнейшей функцией производственного менеджмента. Рыночные товарно-денежные отношения создали благоприятные условия для организации снабжения и сбыта деятельности на высоком научном уровне. Однако снабженческо-сбытовая деятельность в промышленном комплексе практически не обеспечена высококвалифицированными специалистами.

Переход на рыночные товарно-денежные отношения коренным образом изменил организацию материально-технического снабжения.

Административно-командная экономика с её постоянным дефицитом материальных ресурсов для производственных нужд полностью скомпрометировала такой вид деятельности как материально-техническое снабжение. В связи с этим в качестве альтернативы МТС была принята логистика.[2, с. 18–28, с. 124–131]. Логистика, по существу, вытеснила высшее профессиональное образование по материально-техническому снабжению (МТС).

В настоящее время, характеризуя высшее образование по материально-техническому снабжению, прежде всего, следует отметить, что полностью утрачена связь науки и производства. Действующий преподавательский состав в своем большинстве не имеет опыта работы в реальном секторе экономики. Все их знания заимствованы преимущественно из Интернета без должного практического осмысления, т.е. прослеживается последовательность: студент – аспирант – преподаватель.

Кафедра экономики и планирования материально-технического снабжения (ЭП МТС) в прошлые времена выполняла хоздоговорные НИР с предприятиями и организациями: «Ижорский завод», Ленглавснаб, ПСО КД (производственно-строительное объединение крупнопанельного домостроения), ВИВР (Всесоюзный институт вторичных ресурсов) и др. В хоздоговорных НИР были заняты все сотрудники кафедры, включая аспирантов. Сейчас всего этого нет и не предвидится, поскольку кафедра не обладает необходимым научным потенциалом.

Кроме того, кафедра ЭП МТС согласовывала учебные программы с руководством предприятий. В настоящее время учебные планы и программы не содержат результаты НИР по МТС.

Такое положение привело к тому, что в учебно-методических пособиях отсутствуют фактические данные – в лучшем случае приводится информация из Интернета, которая в целом не отвечает методическим требованиям.

Преподаватели должны быть в курсе того, что «висит» в Интернете, с целью пресекать использование Интернета в рефератах, курсовых и дипломных работах, а тем более в диссертациях. Интернет может использоваться в качестве источника нормативно-справочной информации.

Отрывом от практики характеризуется и перечень преподаваемых учебных дисциплин. В прошлые времена учебные дисциплины отвечали запросам

практики. В настоящее время учебные дисциплины формируются не из потребностей предприятий, а исходя из того, что предлагает Интернет – отсюда резкое возрастание количества учебных курсов.

Так, на кафедре ЭП МТС в 60–80 годы было всего 7 учебных курсов, и все они были связаны с хозяйственной тематикой:

1. Курс «Экономика, организация и планирования материально-технического снабжения и сбыта»;
2. Курс «Нормирование расхода материалов»;
3. Курс «Экономико-математические методы и модели в снабжении»;
4. Курс «Управление запасами»
5. Курс «Складское и тарное хозяйство»;
6. Курс «НОТ в МТС»;
7. Курс «АСУ МТС».

В настоящее время (2017/2018 уч. год) учебных дисциплин стало 35, в том числе – 21 по бакалавриату и 14 по магистратуре. Такая раздробленность учебных дисциплин методически недопустима, поскольку свидетельствует об отсутствии системности и приводит к дублированию содержания. При этом вопросы материально-технического снабжения в современном, научном аспекте по существу не изучаются.

Подготовка специалистов по материально-техническому снабжению (МТС) и сбыту должна учитывать экономические реалии:

- 1) появилась в полном объеме оптовая торговля средствами производства;
- 2) ликвидирован дефицит продукции производственного назначения;
- 3) появилась самостоятельность предприятий – ушел в прошлое диктат «плана» и вышестоящих «руководящих» органов;
- 4) стало возможным применять методы теории управления запасами, экономико-математические методы и АСУ на основе всеобщей компьютеризации плановых и оперативных работ;
- 5) появились условия для оперативного маневрирования материальными ресурсами между предприятиями;
- 6) стали развиваться услуги и инфраструктура при поставках продукции;
- 7) существенно сократились документооборот и отчетность;
- 8) ликвидирована монополия внешней торговли, что привело к расширению рынка средств производства.

Однако на практике далеко не в полной мере используются благоприятные возможности для материально-технического снабжения производства, причиной тому является недостаточный уровень квалификации работников МТС и сбыта.

Современный специалист по снабжению должен учитывать, что в условиях рыночной экономики полностью ликвидируется товарный дефицит, но при этом возникает и объективно существует дефицит финансовый. А это означает, что главное в профессии снабженца – это не «доставать» материалы, а рационально использовать денежные средства своего предприятия.

Другим определяющим условием является то, что по продукции производственно-технического назначения предложение превышает спрос, тем са-

мым предприятиям-потребителям предоставляется широкий выбор. Отсюда возникает необходимость *оптимизации* закупок и снабжения в целом.

Целевая функция оптимизации закупок предусматривает максимизацию полезности закупаемых материальных ресурсов или товаров при имеющихся денежных средствах. [1, с. 177–181].

Математически целевая функция оптимизации закупок выражается *уравнением* или *функцией Лагранжа*:

$$L = U(x^i) - \lambda(B - \sum_{i=1}^m p^i x^i),$$

где $U(x^i)$ – *функция полезности* закупаемых благ (ресурсов или товаров); B – сумма денежных средств, ассигнованных на закупку благ (ресурсов или товаров) – *бюджетные ограничения*; p^i – цены на отдельные виды необходимых благ (ресурсов или товаров); 1, 2 ... i ... m – наименования закупаемых благ; x^i – количество необходимых благ (ресурсов или товаров); λ – множитель Лагранжа – используется при исследовании уравнения на экстремум в частных производных.

Цена является мерой полезности того или иного товара. В производственно-коммерческой деятельности полезность закупаемых ресурсов определяется их способностью обеспечить *конкурентоспособность* для данного предпринимателя.

Цена закупок (потребления) складывается из цены продавца, скидок, наценок и транспортно-заготовительных расходов. Цена закупки (потребления) должна рассчитываться предприятием для каждой позиции материальных ресурсов и фиксируется на компьютере с доступом для корректировок.

Скидки продавец предоставляет постоянным покупателям, при больших объемах закупок – в целом система скидок предусматривается для стимулирования сбыта в рамках маркетинговой стратегии продавца.

Согласно общим коммерческим правилам и обычаям, при продажах продавец должен предоставлять покупателю скидки с объявленной цены.

По мере пролеживания продукции в запасе её ликвидность сокращается от первоначальной цены и до нуля и наступает такой момент, когда содержание запаса становится дороже самого товара. А поэтому до наступления указанного момента товар должен быть распродан («ликвидирован»), для чего предусматриваются ликвидные скидки [1, с. 233–249].

Наценки взимаются за дополнительные услуги, оказываемые продавцом по желанию покупателя, как, например, раскрой и нарезка материала, его обработка, комплектация и многое другое, т.е. в интересах покупателя материальные ресурсы должны поставляться в виде, максимально подготовленном для производственного потребления. Данное положение ярко характеризует взаимную выгоду продавцов и покупателей. На практике оптимальность снабжения реализуется следующими работами (расчетами):

- 1) определение потребности в материальных ресурсах на производственные нужды;
- 2) определение суммы денежных средств на закупку необходимых материальных ресурсов;

3) установление хозяйственных связей по поставкам продукции.

Владение методами перечисленных работ, кроме всего прочего, является необходимым условием и требованием квалификации работника снабжения.

Потребность в материальных ресурсах для производственных нужд определяется на всю номенклатуру потребляемых материальных ресурсов, на все виды деятельности предприятий строго по нормам расхода, методом прямого счёта по следующей формуле:

$$M^i = \sum_{j=1}^n H_{ij} Q_j,$$

M^i – потребность в материальных ресурсах i -ого наименования; H_{ij} – норма расхода i -ого материального ресурса на единицу j -ой продукции; Q_j – производственная программа выпуска продукции j -ого наименования; $1, 2 \dots i \dots m$ – номенклатура потребляемых ресурсов; $1, 2 \dots j \dots n$ – ассортимент производимых товаров и услуг.

Точное и достоверное определение потребности является важнейшим фактором оптимизации закупок, поскольку служит основой для расчета денежных сумм для закупки необходимых ресурсов.

Сумма денежных средств, ассигнуемых на закупку материальных ресурсов, определяется по следующей формуле:

$$C_m = \sum_{i=1}^m M_i p_i,$$

M_i – потребность в материальных ресурсах; p_i – цены закупки материальных ресурсов.

Структура цен закупки выражается следующей формулой:

$$p = p_{\text{отп}} + \Delta - \delta + \text{ТЗР},$$

p – цена закупки или цена потребления; $p_{\text{отп}}$ – отпускная цена поставщика; Δ – наценки к цене; δ – скидки с цены; ТЗР – транспортно-заготовительные расходы.

В отпускной цене поставщика должен быть реализован принцип «прицельного качества» [1, с. 182]. Это означает, что качество и характеристики закупаемой продукции должны точно соответствовать условиям применения или эксплуатации этой продукции у потребителя. Согласно этому принципу, покупатель не должен платить за те функции или характеристики товара, которые не нужны ему в его производственно-коммерческой деятельности. Следовательно, потребитель не должен покупать продукцию избыточного качества, так как это приводит к неоправданным затратам. Цена «прицельного качества» иллюстрируется графиком (рис. 1).

Принцип цены прицельного качества реализуется на практике с помощью ассортиментной диверсификации, то есть наличием обширного ассортимента товаров. Такой широкий диапазон ассортимента товара практически гарантирует покупателю наличие товара с нужными ему характеристиками.

Для реализации принципа цены прицельного качества выполняется функционально-ценовой анализ. На рынке закупок покупатель должен выходить со своей ценой спроса, так как в условиях рынка предложение превышает спрос.

Наценки к цене взимаются за дополнительные услуги, оказываемые продавцом при продаже своей продукции: каждая поставка должна сопровождаться комплексом услуг. Целью производственных услуг является подготовка материальных ресурсов к производственному потреблению: материальные ресурсы должны поставляться в максимально технологической готовности согласно требованиям покупателя – потребителя.

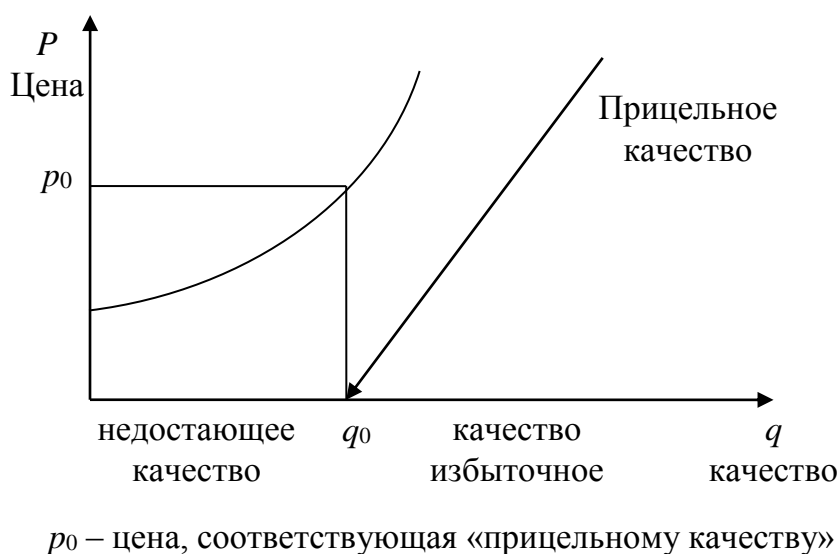


Рис 1. График цены «прицельного качества»

Покупатель-потребитель должен в максимальной мере использовать аутсорсинг для выполнения своих инфраструктурных работ по снабжению.

Отсутствие дефицита на рынке средств производства не означает утрату необходимости нормирования расхода материалов и рационального использования денежных средств на их закупку – наоборот, указанные работы должны быть усилены на строгой научной основе, чего нет на практике.

Материально-техническое снабжение представляет собой форму обращения средств производства в реальной экономике, а поэтому является сложной и самостоятельной наукой. В условиях рынка наука и практика МТС стали ещё более сложными. А поэтому подготовка специалистов по МТС должна осуществляться на профильной кафедре – на кафедре экономики и организации МТС и сбыта.

Итак, снабжению – снабжение, логистике – логистика. Или снабжение – это обеспечение производства материальными ресурсами, а логистика – это транспортировка со своей инфраструктурой.

Список литературы

1. *Плоткин Б.К., Гогин Д.Ю.* Предпринимательский функционал логистики. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. 325 с.
2. *Плоткин Б.К.* Экономика: предпринимательство, логистика и цепи поставок. СПб.: Изд-во Инфо-да, 2015. 131 с.

УДК 334

Русинов Михаил Владимирович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ЭВОЛЮЦИЯ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ В КОРПОРАТИВНОМ БИЗНЕСЕ

Аннотация. В современных условиях нестабильной экономики бизнес-конкуренция всё в большей степени приобретает инновационный характер. Компании стремятся разработать и выпустить как можно более новые продукты максимально соответствующие запросам потребителей, причём быстрее конкурентов – для достижения лидерских позиций на рынке.

Ключевые слова: система управления, методы управления, инновации, корпоративное управление.

Rusinov Michail, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

EVOLUTION OF METHODS OF MANAGEMENT OF INNOVATIONS IN CORPORATE BUSINESS

Abstract. In today's unstable economy, business competition is increasingly becoming innovative. Companies strive to develop and release as many new products as possible to meet the needs of consumers, and faster than competitors – to achieve leadership in the market.

Keywords: management system, management methods, innovations, corporate governance.

Создание и развитие эффективных систем управления инновациями в промышленных корпорациях становится важнейшим условием успеха в конкурентной борьбе. Тем не менее, данная проблема не решена должным образом ни в теории, ни в практике управления отечественными корпорациями.

Таким образом, задачи совершенствования исследований, поиска, привлечения и реализации передовых разработок (инноваций) являются определяющими для современного корпоративного менеджмента.

Для решения данных задач в мировой практике управления бизнесом в XX веке в основном применялась модель «закрытых» инноваций. В XXI веке ей на смену пришла модель «открытых» инноваций. Упомянутые названия моделей или концепций (парадигм) введены одним из ведущих специалистов в области управления инновациями – Генри Чесбро. На рис. 1 представлена идея «закрытых» инноваций, согласно концепции Генри Чесбро [1].

Парадигма «закрытых» инноваций сформировалась в начале XX века. Она подразумевала ведение инновационной работы внутри компании в условиях жёсткой коммерческой тайны, без использования сторонних разработок, выполненных «внешними» учёными.

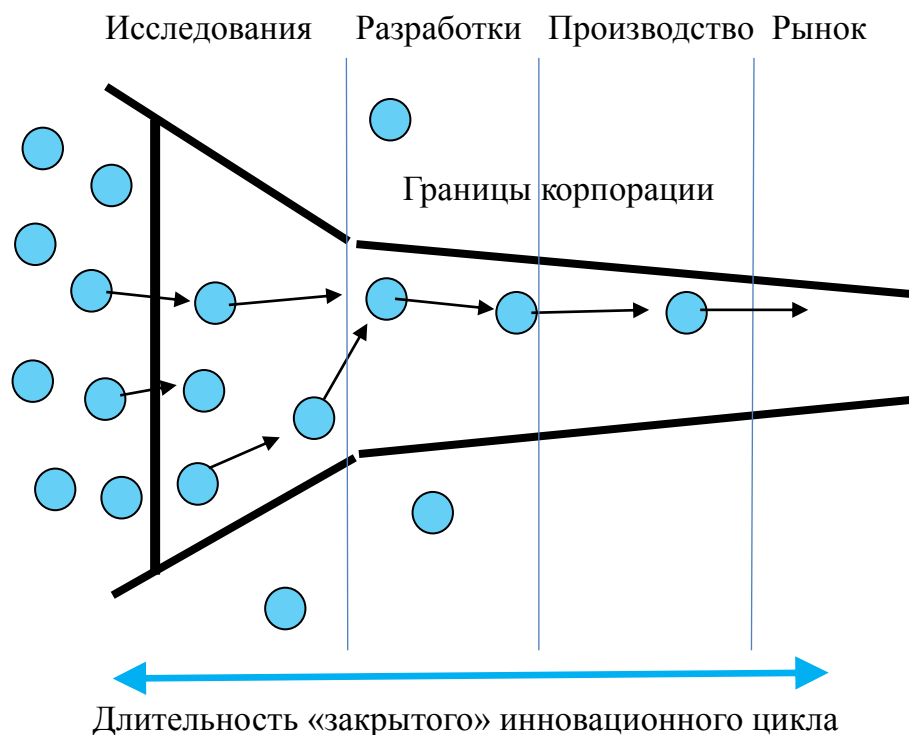


Рис. 1. Парадигма «закрытых» инноваций (Г. Чесбро)

Анализ отечественной и зарубежной практики позволяет выделить основные минусы концепции «закрытых» инноваций:

- для большого количества задач существуют эффективные инновационные решения на «открытом» рынке, которые могут быть доступны корпорациям по весьма невысоким ценам, но не используются;
- не все разработки, которые были запатентованы, используются компанией (что выражается в значительных нерациональных затратах);
- часто велика длительность инновационных циклов корпораций;
- многие проекты оказываются не достаточно эффективными для компании по сравнению с проектами конкурентов.

В отличие от рассмотренного подхода, парадигма «открытых» инноваций заключается в активном взаимодействии корпорации с университетами, бизнес-инкубаторами, научно-исследовательскими институтами, венчурными фондами и др. В данном случае речь идёт о системной работе корпораций с внешним рынком научно-технических разработок и их коммерциализацией в собственном бизнесе. Учитывая, что рынок научных институтов открыт для всех, можно сделать вывод о том, что для достижения успеха современным корпорациям необходимо укрепление конкурентных позиций как на рынке клиентов, так и разработчиков ноу-хау.

На рис. 2 показан ландшафт знаний, появляющийся в результате потока внутренних и внешних идей, которые поступают в корпорацию, а порой и выходят из неё на внешний рынок.

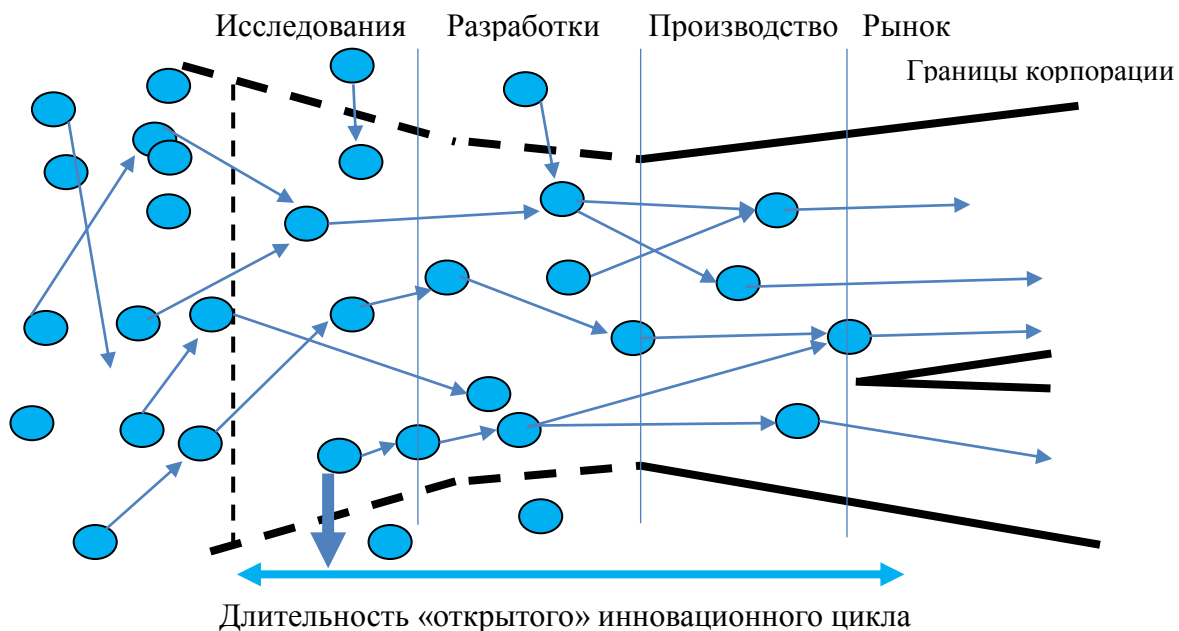


Рис. 2. Парадигма «открытых» инноваций (Г. Чесбро)

Рассмотренная парадигма также имеет определённые недостатки:

- инновационные разработки, получаемые с «открытого» рынка часто оказываются доступными и конкурентам;
- не по всем интересующим направлениям удастся найти инновационные разработки;
- частично теряется концентрация на приоритетных для корпорации задачах.

Тем не менее, переход российских корпораций к парадигме «открытых» инноваций, безусловно, способен улучшить показатели их функционирования, укрепить конкурентные позиции на мировом рынке.

Следует отметить, что проведённые исследования позволяют выдвинуть предположение (гипотезу) о том, что следующим этапом совершенствования корпоративной работы с инновациями будет переход к модели (концепции) «системных» инноваций. В рамках этой концепции предполагается совместное ведение, поиск и отбор, экспертиза и коммерциализация научно-технических разработок участниками инновационных циклов (сетей), в том числе в рамках холдингов, кластеров и т.д. При этом, инновации, которые будут осуществляться корпорациями на основе использования внутренних, внешних и совместных научно-технических разработок, как представляется, могут быть предназначены как для индивидуального или совместного применения участниками сетевого взаимодействия, так и для взаимовыгодной коммерциализации на рынке. Обязательным условием таких инноваций должна стать их системность, сбалансированность уровней инновационного развития всех составляющих корпораций.

Решение задачи перехода отечественных корпораций к новой парадигме невозможно без создания эффективных систем управления инновациями, их адаптивного развития в соответствии с изменениями условий функционирования.

Для эффективной работы с системными инновациями необходимо создание развитых корпоративных инновационных систем в рамках одной или нескольких корпораций партнёров.

В современных условиях создание таких систем, а, соответственно, и специализированных служб корпораций, становится необходимым условием их устойчивого развития, конкурентоспособности на отечественных и зарубежных рынках.

Список литературы

1. Chesbrough H. Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology / Чесбро Г. Открытые инновации: создание прибыльных технологий / Пер. с англ. В.Н. Егорова. М.: Поколение, 2007. 336 с.

УДК 336

Семёнова Надежда Александровна
Рижский Технический университет, Латвия

РАЗВИТИЕ ЛАТВИЙСКОГО РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ ПРИБОРОВ

Статья подготовлена в 5.2.2 “The Development of Innovation and Entrepreneurship in Latvia in Compliance with the Smart Specialization Strategy” of the National Research Programme 5.2 “Economic Transformation, Smart Growth, Governance and Legal Framework for the State and Society for Sustainable Development – A New Approach to the Creation of a Sustainable Learning Community (EKOSOC-LV)”

Аннотация. Производство медицинских приборов не требует больших капиталовложений в природные ресурсы, поэтому развитие такого производства может стимулировать экономику малых стран, одной из которых и является Латвия. С другой стороны, выпуск и оборот медицинских приборов является одними из самых строго регламентированных во всем мире. В Латвии из 142 предприятий, зарегистрированных в сфере медицинского оборудования, приборов и устройств, только 23 компании являются местными производителями медицинских приборов. Развитие производства медицинских приборов в Латвии в целом соответствует европейской тенденции. Отрасль восстановилась в результате рецессии 2008 года, однако наметилась тенденция к снижению темпов развития. Оборот производителей медицинских приборов к 2015 году составил 2,7 млн. евро, в свою очередь доходность рынка составила 10%.

Ключевые слова: рынок медицинских приборов, нетто оборот, прибыль, занятость, нормативное регулирование рынка.

Semjonova Nadezhda, A.
Riga Technical University, Latvia

DEVELOPMENT OF THE LATVIAN MEDICAL DEVICES' MARKET

Abstract. Manufacturing of medical devices does not require large investments in natural resources, so the development of this industry could stimulate economy of the small countries,

Latvia being one among them. On the other hand, manufacturing and turnover of medical devices is one of the most strictly regulated fields in the world. In Latvia, only 23 companies out of 142, listed in the national registry in the field of the medical equipment and devices, are actual local manufacturers of medical devices. The development of medical devices in Latvia in general is in line with the European trend. The industry merely recovered after 2008 recession; nevertheless, there are some traces of slowdown in development. The turnover of medical devices manufacturers amounted to 2.7 million euros in 2015, with the average market yield of 10%.

Keywords: medical devices market, net turnover, profit, employment, regulation of medical devices.

Глобальное старение населения повлекло за собой необходимость продления качественной, а главное активной жизни человека, что, в свою очередь, повлияло на рост потребности в здравоохранении. Это делает отрасль медицинских приборов одной из самых привлекательных и перспективных в мире. Европейский рынок медицинских приборов продемонстрировал рост даже в период рецессии 2007–2009 гг., например, средний рост за период 2008–2013 гг. составил 4,2% [7, с. 1508].

С одной стороны, производство медицинских приборов не требует больших капиталовложений в природные ресурсы, поэтому развитие такого производства может стимулировать экономику малых стран с низким уровнем природных ресурсов, одной из которых и является Латвия. Предложение медицинских приборов настолько велико и разнообразно, что в этой отрасли средние и малые предприятия могут спокойно конкурировать с большими. Например, в Китае производстве медицинских приборов заняты преимущественно небольшие компании, в которых работает до 50 человек. Аналогичная ситуация наблюдается и в Европе, где 95% компаний в области производства медицинских изделий – это малые и средние предприятия.

С другой стороны, выпуск и оборот медицинских приборов, является одним из самых строго регламентированных во всем мире [6, с. 366], что затрудняет вывод новых продуктов на рынок. Несмотря на это, рынок медицинских приборов является одним из самых инновационных. Таким образом предприятия нуждаются в высококвалифицированных специалистах, обладающих знаниями не только в области медицины, но и в областях приборостроения, юриспруденции и управления инновационными процессами. Это влечёт за собой необходимость достаточно больших капиталовложений в человеческие ресурсы, помимо вложений в медицинские исследования. Из-за вышеперечисленных факторов в Латвии коммерциализация инновационных медицинских продуктов занимает 5–10 лет.

Целью данной статьи является обзор текущей ситуации на рынке медицинских приборов Латвии.

Исследование основано на анализе общедоступных данных из реестра предприятий Латвии [3] и каталога медицинских приборов, предоставленных Государственным агентством лекарственных средств [1].

В Латвии зарегистрировано 779 предприятий, занятых в отрасли медицины и фармацевтики. Общий чистый оборот этой отрасли в 2015 году составил 2,2 млрд. евро с прибылью 0,97 млрд. евро. В этой отрасли было занято всего

46615 человек, что составило 5% от общего числа занятого населения. Из них 142 предприятия зарегистрированы в сфере медицинского оборудования, приборов и устройств. В том же 2015 году чистый оборот этих компаний составил 243,6 млн. евро с чистой прибылью 19 млн. евро. Численность работников, занятых в данной сфере, составила 1663 человека, что соответствует среднему показателю 12 человек на предприятие. Это соответствует мировой тенденции преобладания на рынке медицинских приборов малых и средних предприятий. Большинство из 142 компаний, работающих на рынке медицинского оборудования и приборов Латвии, занимаются покупкой и распространением медицинского оборудования и приборов из-за рубежа. По данным Государственного агентства лекарственных средств, только 23 компании являются местными производителями медицинских приборов, продукция которых зарегистрирована в каталоге медицинских изделий страны.

Кроме того, 11 из этих компаний – производителей медицинских приборов – появляются в иных базах данных также и как производители в других областях, таких как производство одежды (нижнее бельё и обувь) или производство спортивных товаров. Это делает информацию несколько искажённой, поскольку невозможно вычленивать из общего оборота предприятия доходы, полученные от продажи именно медицинских приборов. Поэтому оборот и прибыль АО «Lauma», известного производителя нижнего белья, были сокращены на 3/4.

В общем развитие производства медицинских приборов в Латвии соответствовало европейской тенденции и демонстрировало устойчивый рост с падением в 2008 году из-за финансового кризиса (рис. 1а). Прибыль оставалась на уровне 2–3 млн. евро в год начиная с 2011 года (рис. 1б).

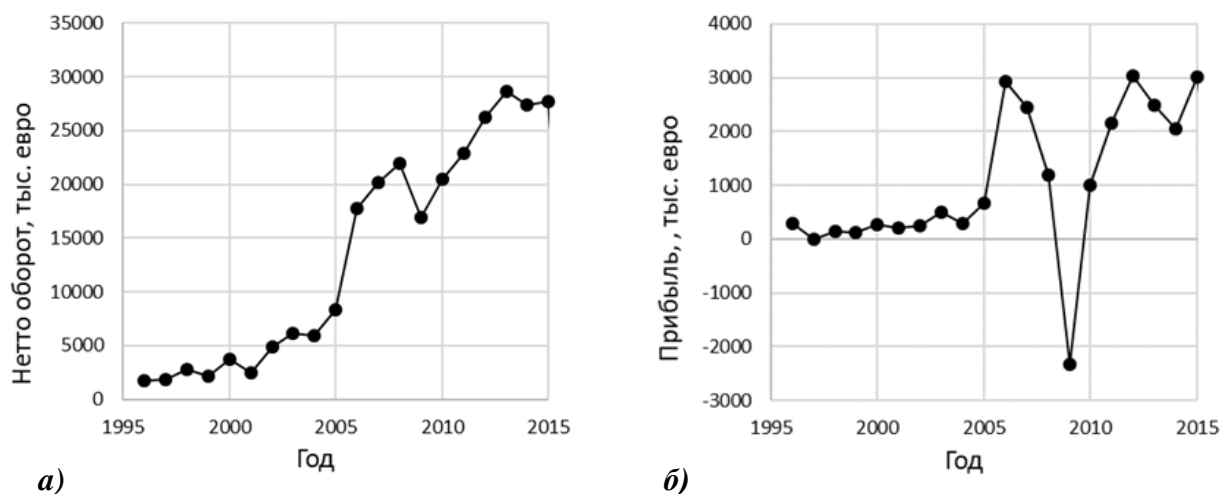


Рис. 1. Развитие рынка медицинских приборов

Как видно из рис. 1., начиная с 2013 года темп роста данной отрасли снизился и в 2015 г. по отношению к 2014 г. составил всего 1,2%. В свою очередь темп прироста прибыли в 2015 г. составил 47,7%. Это также может быть связано с прекращением поиска инноваций и производством уже известных продуктов.

Доходность рынка медицинских приборов начиная с 2011 года составила от 5% до 10% (рис. 2а). В свою очередь, количество сотрудников на местах немного сократилось с 577 в 2013 году до 561 в 2015 году, что может быть связано с оттоком специалистов в другие страны ЕС.

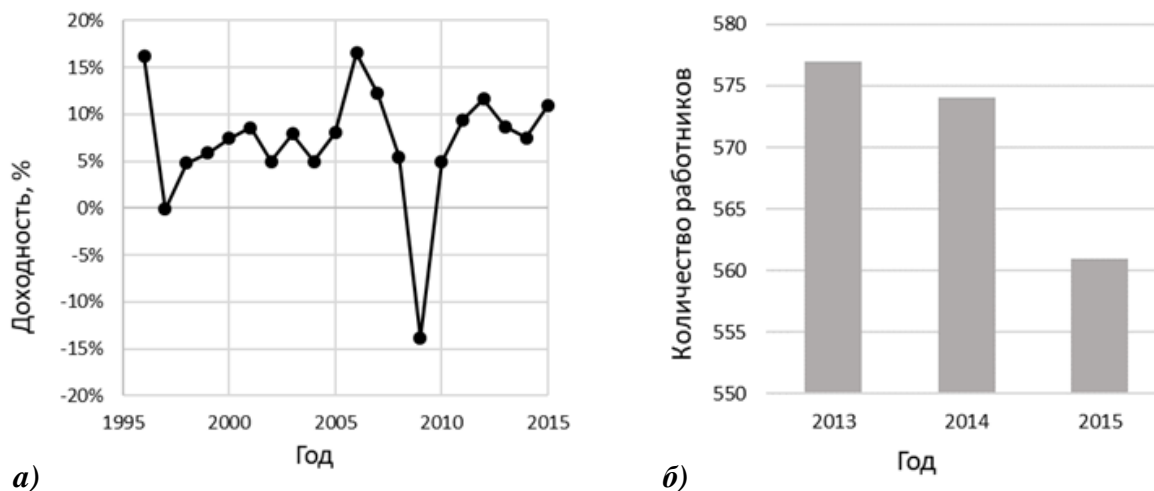


Рис. 2. Доходность (а) и динамика занятости (б) на рынке медицинских приборов

Как было упомянуто выше, оборот медицинских приборов строго регламентирован. Это связано ещё и с тем, что после прохождения всех необходимых регистрационных процедур латвийские производители имеют право реализовывать свою продукцию не только в Латвии, но и во всей Европейской экономической зоне, куда входят страны ЕС, Исландия, Норвегия и Лихтенштейн.

Контроль Латвийского рынка медицинских приборов осуществляют Государственное агентство лекарственных средств и Инспекция по здравоохранению. Агентство лекарственных средств выдаёт разрешение на маркировку приборов знаком “СЕ”, что является обязательным для производителей и регламентировано директивами ЕС 93/42/ЕЕС, 90/385/ЕЕС и 98/79/ЕС, а также Агентство ведёт регистр медицинских приборов [1], [8], [4]. Контроль за вводом в производство, самим производством, распространением и эксплуатацией приборов обеспечивает Инспекция по здравоохранению [2], [5].

Проведенные исследования показывают, что отрасль в целом восстановилась в результате рецессии 2008 года, однако наметилась тенденция к снижению темпов развития, выражающаяся в стабилизации оборота и снижении занятости. Темп прироста прибыли в 2015 г. резко увеличился, что может быть связано с прекращением инновационной деятельности.

Список литературы

1. Государственное агентство лекарственных средств [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://latmed.zva.gov.lv> (дата обращения: 25.08.2017).
2. Инспекция по здравоохранению [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vi.gov.lv> (дата обращения: 18.09.2017).
3. Латвийская база данных предприятий [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.firmas.lv (дата обращения: 23.09.2017).

4. Порядок регистрации, оценки соответствия, распространения, эксплуатации и технического надзора медицинских приборов. Правила Кабинета министров №689 [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.likumi.lv (дата обращения: 16.10.2017).

5. Порядок проведения клинических исследований медицинских приборов, предназначенных для людей. Правила Кабинета министров №891 [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.likumi.lv (дата обращения: 16.10.2017).

6. *Altenstetter, C.* Medical device regulation in the United States and the European Union: a comparative study. *Innovation: The European Journal of Social Sciences*, 2012, №25(4).С.362–388.

7. *Maresova, P., Penhaker, M., Selamat, A., & Kuca, K.* The potential of medical device industry in technological and economical context. *Therapeutics and Clinical Risk Management*, 2015, №11, pp. 1505–1514.

8. Directives or Regulations and Standards [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.newapproach.org/Directives/DirectiveList.asp> (дата обращения: 17.10.2017).

УДК 330.341

Степнов Игорь Михайлович
Рязанский государственный
радиотехнический университет

ЦИФРОВОЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. В статье рассмотрена потребность формирования цифрового стратегического менеджмента промышленного предприятия как ответа на вызовы цифровой экономики. Выделены ключевые сценарии, реализация которых окажет существенное влияние на экономику будущего. Уточнены основные формы реализации цифровых решений. Уточнено, что субъект управления и объект управления в стратегических решениях должен быть представлен как минимум в виде трех элементов: сам объект (субъект), его цифровое представление и децентрализованная база данных. Показано, что адаптации существующих методов стратегического менеджмента недостаточно для решения задач современного управления. Представлены ключевые проблемы формирования стратегий промышленных предприятий и комплексов в условиях цифровой экономики. Сделан вывод о том, что ключевым направлением стратегического менеджмента становится развитие мотивации и коммуникационных возможностей. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №16-18-10149), в Институте проблем рынка Российской академии наук.

Ключевые слова: стратегический менеджмент, промышленное предприятие, цифровой стратегический менеджмент, цифровая экономика, «умный» контракт, блокчейн, мотивация, коммуникационные возможности.

Stepnov Igor, M.
Ryazan State Radio Engineering University

DIGITAL STRATEGIC MANAGEMENT: PROBLEMS AND PROSPECTS

Abstract. The article considers the need for the digital strategic management formation of the industrial enterprises as a response to the digital economy's challenges. The key scenarios, the implementation of which will have a significant impact on the economy of the future, are

highlighted. The basic forms of implementation of digital solutions are specified. It is specified that the subject of management and the object of management in strategic decisions should be presented at least in the form of three elements: the object (subject), its digital representation and decentralized database. It is shown that adaptation of existing methods of strategic management is not enough to solve the problems of modern management. The article presents the key problems of formation of industrial enterprises and complexes strategies in the digital economy. It is concluded that a key area of strategic management is the development of motivation and communication features. The research was performed by a grant of Russian Science Foundation (project No. 16-18-10149) in the Market Economy Institute of Russian Academy of Sciences.

Keywords: strategic management, industrial enterprise, digital strategic management, digital economy, “smart” contract, block chain, motivation, communication capabilities.

Развитие цифровых технологий в современном мире привело к существенным изменениям в многих отраслях, что позволило возникнуть термину «цифровая экономика». До сих пор существенно значимого определения «цифровая экономика» не возникло, поэтому, чтобы ограничить проблему ее идентификации, отнесем к цифровой экономике ту часть экономики, в которой основные бизнес-процессы изменились под воздействием информационно-коммуникационных технологий [1]. Также к цифровой экономике относят всю экономику будущего, понимая, что и производство, и распределение, и обмен, и потребление так или иначе будут связаны с цифровыми решениями. Сочетание преобразований в обществе, кардинальное изменение многих бизнес-процессов, прежде всего промышленных предприятий, и оценка сценариев будущего позволяют говорить о том, что возникает существенная потребность в изменении методологии процессов подготовки принятия стратегических управленческих решений, в том числе и учитывающих будущее экономики.

Следует обратить внимание, что именно стратегический менеджмент в целом в настоящее время подвергся наименее существенным изменениям. В большинстве своем современные менеджеры промышленных предприятий избегают проблемы «цифровизации» и практически всегда стремятся использовать существующие методы, добавляя приставки «блокчейн», «цифра», «биг дата» и тому подобное, в лучшем случае используя лишь результаты подобных технологий, заимствуя их из решений «финтех»-компаний. Наиболее ярким примером такого подхода является пример ренессанса «бережливого производства», принципы которого заложены еще в 90-х годах прошлого столетия, но при современной реализации демонстрируется практически полное отсутствие цифровых решений. Тем не менее, есть и обратные примеры, когда в ходе опережения современными технологиями на очередном витке научно-технического прогресса концепций управления отдельные компании и менеджеры на практике осваивают цифровые решения. Результаты такого практического опыта требуют методологического осмысления, что существенно важно для современного менеджмента [2]. Особенно обоснована такая ситуация для стратегического менеджмента, так как неизвестно, какие из имеющихся решений будут сохранены в будущем, а какие так и останутся экспериментом. В настоящее время практически невозможно сформировать критерий отбора новых методов управления, но обобщение и распространение опыта решения новых про-

блем управления должны стать основой концепций цифрового стратегического менеджмента.

Рассматривая сущность изменений необходимо понимать, что изменения складываются на основе конвергенции человека и машины. Отсюда следует существенный вывод, о том, что такая конвергенция будет все более и более перекладывать на машины принятие и реализацию рутинных типовых решений и предполагает, что произойдет преобладание стратегического менеджмента над операционным в общей совокупности управленческих решений. При этом наиболее радикальные изменения коснутся операционного менеджмента, но и стратегический менеджмент потребует существенных преобразований. Т.е. промышленные предприятия, которые будут запаздывать в указанной конвергенции, окажутся в наименее выигрышной конкурентной позиции, а наиболее современные предприятия начнут образовывать картели высокотехнологичных предприятий, используя преимущества олигополистической модели конкуренции не по отраслевому или продуктовому признаку, а именно по уровню реализации цифровых решений.

Прежде всего, основой стратегических решений станут новые сценарии развития, основанные на стремительном изменении окружающей среды. И эти решения в большинстве своем находятся в цифровом представлении, и стратегии не могут не учитывать эти представления: уже традиционные на сегодня интернет, социальные сети, облачные технологии, робототехника, когнитивные системы обеспечивают формирование новых стратегических сценариев (от формирования искусственного интеллекта до увеличения продолжительности жизни, от экономики совместного использования до абсолютной автоматизации, от умного дома до умных сетей и т.д. [2]).

В настоящее время наибольшие возможности для реализации управленческих стратегий дают решения, полученные при реализации технологии блокчейн, основанной на децентрализации данных, что приводит к необходимости адаптации известных решений и разработки новых методов управления. Несмотря на наиболее известное проявление блокчейн технологий – биткоин (реализованный так или иначе в виде умного контракта), возникает как минимум еще три направления развития: применение указанных технологий в процессах и бизнес-процессах, аналогичных блокчейн (например, развитие управленческого учета и контроллинга), в конвергенции блокчейна и новых прорывных технических решений (например, управление предприятием он-лайн) и развитии внутрифирменного блокчейна промышленных предприятий (например, создании собственной экосистемы нового типа или магазинов pop up store [3]). Указанные направления так или иначе образуют новые условия для принятия стратегических решений и должны быть переосмыслены менеджментом предприятий при подготовке стратегических решений. Следует отметить, что основой таких решений должна стать оценка применимости тех или иных токенов для деятельности конкретного предприятия. В настоящее время как минимум следует выделить пять видов токенов: токены валюты, токены пользователей, токены активов, токены права управления, токены долговых обязательств. Каждый вид токена в данной классификации обладает различной стоимостью

[4] и требует различающихся подходов при разработке стратегий. Собственно говоря, в ближайшем будущем возникнет задача формирования объекта управления в цифровом пространстве (в данном случае на основе различных токенов) и задача управления токенами, отнюдь не только цифровыми алгоритмами (в отличие от того, что сегодня происходит в цифровом маркетинге, когда цифровизация преобладает над маркетингом). При этом важно понимать, что базовые экономические концепции, включая спрос и предложение, снижение издержек остаются неизменными (что продемонстрировано спекулятивными технологиями на токенах валют).

Такие преимущества технологий блокчейн, как неизменность блоков, безопасность, снижение издержек, прозрачность, полная подотчетность потребуют формирования в разрабатываемых стратегиях не только роли и места самих цифровых решений, но и новых разделов, связанных с оценкой доли цифрового и нецифрового измерения бизнес-процессов, активов, оценкой умных контрактов и их потенциальной доходности.

При этом следует понимать, что применение цифровых решений, устраняя известные ранее проблемы, тем не менее не свободно от новых. К числу таких проблем, на которые следует обращать внимание в стратегических решениях, следует отнести:

- коммуникационные проблемы. Менеджеры и исследователи в данной сфере должны обратить наибольшее внимание на протоколы обмена в данной сфере, на разработку формальных инструкций, формализующих процесс принятия решения. Дело в том, что большинство исследователей (кроме собственно разработчиков и популяризаторов) пока игнорируют тот факт, что в процессе управления возникает совершенно новая сфера коммуникаций – коммуникации человека и машины, их диалога, однако этот диалог становится как минимум обменом информацией между четырьмя (даже шестью) участниками – т.е. субъект и объект управления существуют в виде собственно самого управляющего, его цифровой поддержки и распределенных баз данных. Без этого тройного представления и коммуникационных особенностей такого обмена невозможно говорить о стратегиях будущего;
- достоверность и комплексы умных контрактов. Несмотря на быстрое проникновение умных контрактов, следует отметить, что рекламные лозунги, такие как «умные контракты заменят многих специалистов» верны на первоначальном этапе. Свойства умных контрактов – достоверность, простота и неизбежность исполнения, приведут к тому, что возникнет потребность (и возможность) формирования из простых умных контрактов множества их сочетаний, и сложность такой системы будет не меньше современных юридических конструкций (аналогично живой природе, когда из простых элементов складывается вся сложность и разнообразие мира). Тем не менее, совершенно очевидно, что стратегия современного предприятия, не рассматривающего умные контракты как основу концепции развития, не современна и не актуальна;

- централизация/децентрализация. Проблема, которая в настоящее время является в большей мере технической, в итоге окажется проблемой управления – это проблема централизации/децентрализации. Дело в том, что при существовании децентрализованной сети возникает огромная нагрузка на узлы этой сети при возрастании количества и сложности умных контрактов (а, учитывая технологию блокчейн, необходимость подтверждения всей сетью достоверности следующего блока, такая нагрузка будет возрастать многократно). В связи с этим важной задачей современной стратегии является учет соотношения централизация/децентрализация с сохранением полученных преимуществ. Такая ситуация приведет к тому, что процесс управления необходимо будет разделять на блоки, и это разделение должно быть также отражено в стратегических решениях. Наиболее перспективным решением с технической точки зрения видится возможность использования ациклических направленных графов, но исторически система управления промышленным предприятием не готова их использовать;
- недостаточная конфиденциальность. В имеющихся решениях проблема конфиденциальности, несмотря на декларации, не решена полностью. Например, оказывается совершенной недопустимой загрузка финансовой информации, обосновывающей капитализацию компании, как умный контракт, открытый для всех инвесторов. Поэтому объем и содержание умных контрактов также должны быть определены в стратегии;
- управление большим количеством умных контрактов. Стратегия должна учитывать возникновение олигополистических моделей, с целью сокращения транзакционных издержек, так как небольшой группой крупных умных контрактов управлять менее затратно. Проблема олигополии будет связана также и с проблемой автономных групп, когда цифровое подтверждение будет происходить от группы, а не конкретного участника;
- проблемы управления взаимодействием. У публичного децентрализованного цифрового решения нет организации или авторитетного органа, регулирующего его деятельность, – как следствие полной децентрализации. Как создать управление блокчейном – в настоящее время нет подходов. Тем не менее, такая потребность может возникнуть, так как далеко не все процессы в современном обществе можно реализовать на рыночных (или квазирыночных) контрактах, и в реальной управленческой деятельности такой подход может оказаться непродуктивным и привести к гибели всей цепочки;
- необходимость стандартов. Роль стандартов в регулировании рыночных процессов невозможно переоценить, поэтому отсутствие стандартов в технологии блокчейн ограничивает его возможности,

несмотря на утверждения разработчиков, что технология перекрывает потребность в стандартах.

Решение указанных проблем и интеграция цифровых технологий со стратегическими решениями на предприятиях позволит во многом определить конкурентную позицию такого предприятия и потребует разработки нового инструментария в идее стратегических платформенных решений, что и обеспечивает перспективность данного направления исследований.

Список литературы

1. Об Основных направлениях реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 года. Решение Высшего Евразийского экономического совета №12 от 11.10.2017 г.
2. *Степнов И.М., Ковальчук Ю.А.* Организационные платформы как признак циклических изменений в отрасли (на примере «pop up store») / Управление инновациями–2017: Матер. науч.-практ. конференции. Новочеркасск: ЮРГПУ (ППИ), 2017. 188 с. С. 99–104.
3. *Ковальчук Ю.А., Степнов И.М.* Цифровая экономика: трансформация промышленных предприятий // Инновации в менеджменте. 2017. №11. С. 32–43.
4. *Matt Chan.* Why use the blockchain instead of a database? What gives tokens value? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://hackernoon.com/why-use-the-blockchain-instead-of-a-database-what-gives-tokens-value-263449681153> (дата обращения 10.02.2018).

УДК338.2

Степченкова Ольга Сергеевна
Международный банковский институт,
Санкт-Петербург

ИМПОРТОЗАВИСИМОСТЬ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Аннотация. В условиях снижения роли традиционных факторов обеспечения экономического развития, связанного с научно-техническими изменениями, особую актуальность в укреплении экономической безопасности государства приобрели наукоемкие технологии и модернизация производственно-технологической базы. В статье исследованы отдельные показатели, характеризующие технологическую составляющую экономической безопасности, и выявлены их недостатки. Автор предлагает использовать импортозависимость уровней и отраслей российской экономики как один из показателей технологической безопасности.

Ключевые слова: экономическая безопасность, технологическая безопасность, критерии технологической безопасности.

Stepchenkova Olga, S.
International banking institute, Saint-Petersburg

IMPORT DEPENDENCE AS A CRITERIA OF TECHNOLOGICAL SECURITY

Abstract. In the face of declining roles of traditional factors of economic development associated with technological changes, of particular relevance in strengthening the economic security of the state

has acquired high technologies and modernization of production and technological base. In the article the indicators characterizing the technological component of economic security and identified their shortcomings. The author proposes to use the import dependence levels in sectors of the Russian economy as one of the indicators of technological security.

Keywords: economic security, technological security, criteria of technological safety.

В современных условиях экономическая безопасность государства характеризуется высокой конкурентоспособностью экономики и динамичным социально-экономическим развитием при адекватном, соответствующем мировому уровню, состоянии техники и технологий. Машиностроительный комплекс РФ составляет в среднем 15% ВВП; около 20% производимой российскими промышленными отраслями продукции и 25% стоимости основных фондов приходится на долю машиностроения. По данным Минпромторга российское машиностроение находится в катастрофической зависимости от импорта практически во всех отраслях: в высокотехнологичных отраслях – 50%, в самолетостроении – 80%, в тяжелом машиностроении – 70%, в оборудовании для теплоэнергетического комплекса – 50%[2]. Потребность в металлообрабатывающем оборудовании удовлетворяется в основном за счет импорта (табл. 1). Импортозависимость Российской Федерации берет свое начало в эпоху социально-экономических реформ 1990-х годов, так называемой «шоковой терапии». Ограничение роста денежной массы и ужесточение налогового режима привело к росту инфляции, уничтожению накоплений, закрытию заводов, фабрик и НИИ. Восстановление промышленного и финансового потенциала является одной из приоритетных задач в обеспечении экономической безопасности.

Таблица 1

Производство, импорт и потребление станков РФ, млрд. руб.

	2008	2009	2010	2011
Производство	9,7	7,8	6,04	4,8
Импорт	44	45,1	38,9	43,9
Потребление	50,24	47,2	42,7	46,7

Источник: составлено автором по данным [2].

Технологическая безопасность как экономическая категория признается неотъемлемой частью экономической безопасности многими учеными, но изучена недостаточно полно и имеет свою специфику [1; 6].

В состав механизма по обеспечению экономической безопасности входят следующие основные этапы: 1) информационно-аналитические мероприятия: мониторинг угроз интересам РФ и мониторинг показателей экономической безопасности по уровням, оценка текущей ситуации и прогнозирование; 2) регулятивные воздействия (совершенствование нормативно-правовой базы, институ-

циональные преобразования); 3) воздействия прямого характера (целевые программы, протекционистские меры и др.). Таким образом, организация мониторинга факторов технологической безопасности является основополагающим пунктом функционирования механизма.

Меры по обеспечению экономической безопасности осуществляются на федеральном, региональном, муниципальном и отраслевом уровнях. Согласно Стратегии экономической безопасности РФ, мониторинг должен проводиться на основе сбора и анализа определенных количественных данных – 40 показателей, которые могут использоваться как индикаторы с установленными пороговыми значениями [8]. На сегодняшний день не разработана система индикаторов для оценки технологической безопасности. Для данной цели могут быть использованы отдельные индикаторы экономической безопасности (табл. 2). Исходя из данных динамики индикаторов, можно сделать выводы, что состояние технологической безопасности РФ находится в неудовлетворительном состоянии, так как все представленные показатели не достигли пороговых значений. Доля производства машин, оборудования и транспортных средств в объеме отгруженной продукции находится на уровне 50% от порогового значения.

Таблица 2

**Динамика индикаторов технологической составляющей
экономической безопасности**

Наименование показателя	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Порог
Объем ВВП, млрд.руб.	46309	59698	66927	71017	77945	80804	–
Среднегодовые темпы прироста ВВП, %	4,5	4,3	3,5	1,3	0,7	–2,8	6
Расходы на гражданскую науку, % к ВВП	0,51	0,56	0,53	0,60	0,56	0,56	2
Ежегодная доля ВВП, выделяемая на государственную безопасность, %	2,64	2,11	2,75	2,57	2,68	2,43	3
Объем инвестиций в основной капитал, % к ВВП	19,8	18,5	18,8	18,9	17,8	17,2	25
Доля производства машин, оборудования, транспортных средств в общем объеме отгруженной продукции, %	13,21	14	14,62	14,62	13,89	12,46	20
Доля инновационной продукции по всей отгруженной продукции, %	4,15	5,27	6,57	7,43	6,73	6,79	30

Источник: составлено автором по данным [5].

В Стратегии экономической безопасности доля машин, оборудования и транспортных средств в общем объеме импорта является одним из показателей экономической безопасности и представляет собой основную статью импорта РФ, что подтверждает удручающее состояние российской промышленности (табл. 3).

Таблица 3

**Доля машин, оборудования и транспортных средств
в товарной структуре импорта РФ**

2013		2014		2015		2016	
Млн. долл. США	Доля, %	Млн. долл. США	Доля, %	Млн. долл. США	Доля, %	Млн. долл. США	Доля, %
101739	44,4	81909	44,8	86059	47,2	136580	47,6

Источник: составлено автором по данным [9].

По мнению экспертов, мониторинг показателей необходимо производить в соответствии с системным подходом, выбранные индикаторы экономической безопасности должны иметь полное соответствие с угрозой [3; 5]. Представленные показатели, отражающие доли импорта и производства машин, оборудования и транспортных средств, являются относительными количественными данными и, по мнению автора и с учетом экспертных рекомендаций, не дают представления о качественных характеристиках зависимости отраслей российской промышленности от импорта.

Разработка системы мониторинга импортозависимости может осуществляться с использованием данных официальной статистики, информации органов государственной власти и экспертных исследований. Системный подход в оценке импортозависимости необходимо производить с учетом многоуровневой и многоотраслевой структуры российской экономики. Так оценка региональной импортозависимости может быть оценена с помощью данных Федеральной таможенной службы (табл. 4).

По данным эмпирического анализа почти две трети предприятий в Российской Федерации зависят от импорта, в подавляющем большинстве от импорта машин и оборудования [7]. В высокой зависимости от импорта находятся компании высокотехнологичных отраслей, ввиду отсутствия российских аналогов оборудования и технологий. Российская политика импортозамещения направлена на восстановление недостающих звеньев промышленности. Минпромторг осуществляет поддержку развития промышленности и технологий в Российской Федерации по трем направлениям (табл. 5): финансовая поддержка НИОКР (научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ) по мно-

гим отраслям промышленности; компенсация затрат по процентам на создание и модернизацию оборудования; компенсации за продвижение продукции.

Таблица 4

**Объемы импорта по регионам РФ в 2017 году
(крупнейшие регионы по импорту)**

№ п/п	Наименование региона	Объем импорта, млрд. долл. США	Доля, %
1	Москва	101	43,5
2	Санкт-Петербург	24,4	10,5
3	Московская область	23,9	10,3
4	Калининградская область	7,48	3,2
5	Тюменская область	6,63	2,9
6	Калужская область	5,5	2,4
7	Краснодарский край	4,66	2
8	Приморский край	3,93	1,7
9	Татарстан	3,9	1,7
10	Ленинградская область	3,61	1,6
11	Остальные регионы	46,99	20,2
	Итого:	232	100

Источник: составлено автором по данным [10].

Таблица 5

**Финансирование подпрограммы
«Развитие отечественного станкостроения
и инструментальной промышленности на 2011–2016 годы», млн. руб.**

Наименование поддержки	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Капитальные вложения	500	600	585	1660	1950	1500
НИОКР	3490	3694	4236	3920	3260	2580

Источник: составлено автором по данным [4].

Многоуровневый мониторинг импортозависимости позволит разработать эффективные мероприятия и программы по адресной поддержке российских предприятий и, следовательно, будет способствовать повышению технологической независимости государства и обеспечению экономической безопасности.

Список литературы

1. Богомазова Т.В. Технологическая безопасность страны и условия ее обеспечения [Электронный ресурс]. URL: <https://rae.ru/forum2012/pdf/0665.pdf> (дата обращения: 25.01.2018).
2. Васецкая Н. Импортозамещение и ресурсосбережение – модные термины или выгодная реальность? // ТехСовет. 2016. №12.
3. Гельвановский М.И. Методологические подходы к обеспечению финансово-экономической безопасности на национальном и глобальном уровнях [Электронный ресурс]. URL: http://inecon.org/docs/2017/Senchagov_2017.pdf (дата обращения: 22.01.2018).
4. Минпромторг России [Электронный ресурс]. URL: <http://minpromtorg.gov.ru> (дата обращения: 22.01.2018).
5. Митяков С.Н. К вопросу об организации мониторинга экономической безопасности России [Электронный ресурс]. URL: http://inecon.org/docs/2017/Senchagov_2017.pdf (дата обращения: 22.01.2018).
6. Моисеев В.В. Импортозависимость как угроза экономической безопасности Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rcit.su/article081.html> (дата обращения: 22.01.2018).
7. Симачев Ю., Кузык М., Зудин Н. Импортозависимость и импортозамещение в российской обрабатывающей промышленности: взгляд бизнеса // Форсайт. 2016. №4. [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/importozavisimost-i-importozameschenie-v-rossiyskoj-obrabatyvayuschej-promyshlennosti-vzglyad-biznesa> (дата обращения: 27.01.2018).
8. Стратегия экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года. Утв. Указом Президента РФ от 13 мая 2017 г. №208 [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216629/1d8dcf5824d5241136fa09b9e9c672ac5d325365/ (дата обращения: 27.01.2018).
9. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 27.01.2018).
10. Федеральная таможенная служба статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.customs.ru> (дата обращения: 27.01.2018).

УДК 338

Таюрская Ирина Соломоновна
Санкт-Петербургский институт
внешнеэкономических связей,
экономики и права

ОЦЕНКА ПРОМЫШЛЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В докладе представлены результаты исследования состояния развития промышленности региона на примере Северо-Западного федерального округа. Автором предложена система показателей для оценки промышленного потенциала региона, выбран алгоритм определения величины потенциала, получена его интегральная оценка за период с 2010 года по 2015 год. В докладе сделан вывод о том, что в современных условиях необходимо формирование промышленной политики региона адекватной требованиям цифровой экономики.

Ключевые слова: промышленный потенциал, регион, региональные различия.

Tayurskaia Irina, S.
Saint Petersburg Institute
of Foreign Economic Relations,
Economy and Law

THE EVALUATION OF REGION INDUSTRIAL POTENTIAL IN THE CONDITIONS OF DIGITAL ECONOMY

Abstract. The report presents the results of a study to determine the state of development of the region's industry using the example of the North-West Federal District. The author proposes a system of indicators for valuation the industrial potential of the region, and algorithm for determining the quantity of the potential was chosen, and its integral estimate for the period from 2010 to 2015 was obtained. The report concluded that in modern conditions it is necessary to form an industrial policy of the region correspond to the requirements of the digital economy.

Keywords: industrial potential, region, regional differences.

Концепцией долгосрочного социально-экономического развития России предусматривается формирование конкурентоспособной промышленности. В Послании Президента РФ Федеральному Собранию от 01 декабря 2016 года говорится о необходимости запуска масштабной системной программы развития экономики нового технологического поколения, или цифровой экономики. В условиях реализации задач цифровой экономики проблема оценки промышленного потенциала региона становится особенно актуальной. Анализ его уровня и динамики позволит установить ориентиры для формирования приоритетов региональной экономической политики в области стимулирования промышленного развития.

В проведенном исследовании в качестве промышленного потенциала рассматривалась совокупность имеющихся у региона ресурсов и инфраструктурных возможностей, определяющих готовность региона к внедрению инновационных научно-технических решений и технологий, а также к осуществлению институциональных преобразований, направленных на реализацию задач цифровой экономики.

Цифровая экономика – «это сложная организационно-техническая система в виде совокупности различных элементов (технических, инфраструктурных, организационных и др.) с распределенным взаимодействием и взаимным использованием экономическими агентами для обмена знаниями в условиях перманентного развития» [1, с. 12]. Из приведенного выше определения следует, что основными условиями для развития цифровой экономики являются обмен знаниями и люди, принимающие участие в этом обмене и способные им управлять. Таким образом, для развития промышленности регион должен обладать не только материально-техническими, финансовыми и транспортными ресурсами, но и соответствующими кадровыми и инновационными ресурсами, развитой информационно-коммуникационной и инженерной инфраструктурой, достаточным уровнем автоматизации промышленных предприятий.

В процессе формирования приоритетов в области региональной промышленной политики важную роль играет сравнительный анализ субъектов РФ в

пределах одного округа. Объектом исследования был выбран Северо-Западный федеральный округ. Исследуемый период охватывает 2010–2015 годы. Для характеристики элементов промышленного потенциала (ПП) по данным официальной статистики [2–8] были рассчитаны двадцать девять показателей. При выборе показателей особое внимание было уделено показателям, отражающим состояние обрабатывающей промышленности регионов. Следует отметить, что перечень выбранных показателей отражает текущий уровень развития промышленности и учитывает те требования цифровой экономики, которые актуальны на данном этапе ее развития, в дальнейшем перечень показателей может и должен быть скорректирован.

Для комплексной оценки промышленного потенциала был выбран метод многомерного сравнительного анализа. Этот метод для организации сопоставимости показателей использует их степень близости или отдаленности по отношению к установленному в процессе анализа показателю-эталону. Наилучшему значению показателя среди регионов (эталону) в каждом году присваивалась максимальная величина – 1, по отношению к которой рассчитывались в долях величины значений показателей других регионов, что позволило привести показатели в сопоставимый вид. Оценка каждого i -показателя осуществлялась по формулам:

- для прямого показателя: $P_i = \frac{X_i}{\max(x_i)}$;
- для обратного показателя: $P_i = \frac{\min(x_i)}{x_i}$,

где x_i – значение показателя в регионе; $\max(x_i)$, $\min(x_i)$ – значение показателя-эталона.

Выбранные и приведенные к сопоставимому виду показатели на следующем этапе исследования были сгруппированы в следующие семь подиндексов:

- материально-технический потенциал (МТП);
- финансовый потенциал (ФП);
- инфраструктурный потенциал промышленности (ИПП);
- кадровый потенциал (КП);
- инновационный потенциал (ИНП);
- потенциал готовности информационно-коммуникационной инфраструктуры региона (ИКТП);
- общий показатель, отражающий уровень автоматизации технологических процессов и бизнес-процессов промышленности региона (ПАП).

Количественные значения перечисленных выше подиндексов определялись как сумма значений входящих в подиндекс показателей. Сводный интегральный показатель, отражающий комплексную оценку промышленного потенциала региона, рассчитывался по следующей формуле:

$$\text{ПП} = \sqrt[7]{\text{МТП} \times \text{ФП} \times \text{ИПП} \times \text{КП} \times \text{ИНП} \times \text{ИКТП} \times \text{ПАП}}.$$

Результаты расчетов представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Интегральный показатель оценки промышленного потенциала
регионов СЗФО за 2010–2015 гг., в усл. ед.**

Регионы	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	1,62	1,45	1,51	1,30	1,26	1,42
Республика Коми	1,81	1,92	1,98	1,75	1,68	1,68
Архангельская область	1,49	1,43	1,77	1,67	1,43	1,39
Вологодская область	1,56	1,70	1,67	1,52	1,63	1,78
Калининградская область	1,69	1,59	1,75	1,52	1,28	1,55
Ленинградская область	2,46	2,39	2,54	2,58	2,34	2,34
Мурманская область	1,94	1,64	1,73	1,66	1,77	1,66
Новгородская область	1,96	1,92	1,99	1,68	1,69	1,74
Псковская область	1,67	1,57	1,55	1,44	1,19	1,39
г. Санкт-Петербург	3,55	3,65	3,73	3,41	3,34	3,09

Полученные результаты свидетельствуют о наличии значительного регионального неравенства. Выделяются два лидера: Санкт-Петербург со средним значением интегрального показателя 3,46 и Ленинградская область (среднее значение интегрального показателя 2,44). У всех остальных регионов значение интегрального показателя колеблется от 1,19 до 1,99. Из данных, представленных в табл. 1, видно, что за исследуемый период практически у всех регионов СЗФО наблюдается ярко выраженная тенденция снижения уровня промышленного потенциала.

С целью изучения влияния отдельных показателей на динамику и уровень промышленных потенциалов регионов были рассчитаны их среднегодовые темпы роста за период 2010–2015 гг. (табл. 2).

Как видно из табл. 2, только в Вологодской области наблюдается рост промышленного потенциала. Причиной положительной динамики является изменение качества промышленной политики Вологодской области, включающей поддержку инноваций, научных исследований, соединение образовательных, научных и промышленных ресурсов региона. В 2014–2016 годах Фонд содействия инновациям осуществлял реализацию двух форм государственной поддержки предприятий Вологодской области. Были выделены субсидии на реализацию инновационных проектов малых предприятий и субсидии на выполнение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ предприятиями региона совместно с высшей школой и научными организациями области [9]. В аналитическом докладе Института статистических исследований и экономики знаний НИИ ВШЭ представлен рейтинг инновационного развития российских регионов, где Вологодская область отмечена как субъект Российской Федера-

ции с высокой динамикой инновационного развития, сумевший кардинально улучшить свои позиции в рейтинге (+19 позиций) [10].

Таблица 2

Среднегодовые темпы роста, %

Регионы	ПП	Составляющие промышленного потенциала						
		МТП	ФП	ИПП	ИКТП	КП	ПАП	ИНП
Республика Карелия	97,8	91,9	110,5	99,0	100,3	98,2	103,7	83,0
Республика Коми	98,8	94,4	100,4	100,0	102,6	101,7	103,9	89,5
Архангельская область	98,8	91,0	108,3	100,3	99,9	98,0	101,1	94,0
Вологодская область	102,1	89,7	116,1	102,8	101,5	101,9	102,1	102,5
Калининградская область	98,5	89,8	94,7	100,1	102,5	99,0	104,1	99,9
Ленинградская область	99,2	93,0	98,8	99,6	102,9	98,4	104,3	97,9
Мурманская область	97,5	89,0	101,8	99,1	101,1	100,0	102,9	89,3
Новгородская область	98,1	90,0	106,2	99,3	100,3	98,9	103,0	90,0
Псковская область	97,0	89,5	98,0	100,2	102,3	97,7	104,1	88,6
Санкт-Петербург	97,7	87,3	96,6	100,5	99,7	101,0	100,7	99,1

Положительную динамику по готовности и доступности информационно-коммуникационной инфраструктуры и по степени автоматизации технологических и бизнес-процессов обрабатывающих производств показывают практически все регионы СЗФО, кроме Санкт-Петербурга и Архангельской области. В этих регионах наблюдается определенное насыщение в области внедрения информационных технологий.

Причиной отрицательной динамики промышленного потенциала для большинства регионов является низкие значения материально-технического и кадрового потенциалов.

Анализ динамики показателей, составляющих материально-технический потенциал регионов за период с 2010 по 2015 годы, свидетельствует о нарастании степени износа основных производственных фондов обрабатывающих производств. Так, за исследуемый период этот показатель увеличился в Республике Коми на 36,9%, в Псковской области на 12,2%, в Санкт-Петербурге на 8,2%. Анализ динамики фондоотдачи показывает, что наиболее эффективно основные фонды используются в Калининградской области (9,12 за 2015 г.) и в Санкт-Петербурге (7,64 за 2015 г.), остальные регионы существенно отстают от лидеров.

За исследуемый период прослеживается тенденция снижения кадрового потенциала СЗФО, причинами являются сокращение выпуска квалифицирован-

ных рабочих и служащих в среднем по СЗФО в 1,8 раза и сокращение числа профессиональных образовательных организаций, осуществляющих подготовку квалифицированных рабочих в 5,4 раза.

Результаты проведенного исследования показывают, что текущее состояние региональных социально-экономических систем характеризуется крайне неравномерным региональным промышленным развитием. Для устранения проблем, препятствующих развитию промышленности в СЗФО необходимо формирование региональной сбалансированной промышленной политики, адекватной требованиям цифровой экономики. Анализ и межрегиональные сопоставления на основе предложенного подхода могут послужить основой для ее разработки с целью преодоления существующего регионального неравенства.

Список литературы

1. Бабкин А.В., Буркальцева Д.Д., Костень Д.Г., Воробьев Ю.Н. Формирование цифровой экономики в России: сущность, особенности, техническая нормализация, проблемы развития // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2017. Т. 10. №3. С. 9–25.
2. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2011: Стат. сб. / Росстат. М., 2011. 990 с [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156 (дата обращения: 06.01.2018)
3. Росстат. М., 2012. 990 с [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156 (дата обращения: 06.01.2018).
4. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2013: Стат. сб. / Росстат. М., 2013. 990 с [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156 (дата обращения: 06.01.2018).
5. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2014: Стат. сб. / Росстат. М., 2014. 900 с [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156 (дата обращения: 06.01.2018).
6. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2015: Стат. сб. / Росстат. М., 2015. 1266 с [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156 (дата обращения: 12.01.2018).
7. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016: Стат. сб. / Росстат. М., 2016. 1326 с [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156 (дата обращения: 12.01.2018).
8. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2017: Стат. сб. / Росстат. М., 2017. 1402 с [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156 (дата обращения: 12.01.2018).
9. Вологодская область значительно улучшила позиции в инновационном рейтинге [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.innovation.gov35.ru/?month=04&year=2017&ELEMENT_ID=692&PAGEN_2=2 (дата обращения: 23.01.2018).
10. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации. Выпуск 5 / Г.И. Абдрахманова, П.Д. Бахтин, Л.М. Гохберг и др.; Под ред. Л.М. Гохберга; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2017. 260 с.

Раздел VI

Управление персоналом: современные вызовы и механизмы модернизации

УДК 378:331.101.262

Алексеева Ирина Александровна
Санкт-Петербургский государственный университет
аэрокосмического приборостроения

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ ВУЗОВ

Аннотация. Рассмотрены основные тенденции в формировании и развитии человеческого капитала вузов в условиях модернизации российского высшего образования. Определено влияние новшеств на качественные характеристики человеческого капитала вузов и их специфические особенности, обусловленные как отраслевой спецификой, так и категориальным аппаратом. Проанализированные тенденции и особенности человеческого капитала российской системы высшего образования обуславливают специфику и границы выработки, как концептуальных, так и методических подходов к его управлению. Очевидно, что копирование даже самых прогрессивных форм и методов, разработанных в иных условиях, использоваться не могут. Эти подходы, очевидно, нуждаются в адаптации и дополнении. Выработка эффективных методов управления человеческим капиталом должна базироваться на коэволюционном (т.е. системно-процессном) подходе, включая весь современный инструментарий эффективного управления.

Ключевые слова: человеческий капитал, вуз, модернизация, управление, научно-педагогические кадры.

Alekseeva Irina, A.
Saint-Petersburg State University
of Aerospace Instrumentation

HUMAN CAPITAL IN MODERNIZATION OF HIGH SCHOOLS

Abstract. The main trends in the formation and development of the human capital of universities in the context of the modernization of Russian higher education are considered. The influence of innovations on the qualitative characteristics of the human capital of higher education institutions and their specific features, determined both by industry specificity and by the categorical apparatus is determined. The analyzed tendencies and peculiarities of the human capital of the Russian system of higher education stipulate the specifics and boundaries of development, both conceptual and methodological approaches to its management. It is obvious that copying even the most progressive forms and methods developed in other conditions cannot be used. These approaches obviously need to be adapted and supplemented. The development of effective methods of managing human capital must be based on a co-evolutionary (system-process) approach, including all modern tools for effective management.

Keywords: human capital, university, modernization, management, scientific and pedagogical staff.

Модернизация системы высшего образования в России в соответствии с вызовами и императивами изменившейся социальной реальности направлена на повышение конкурентоспособности отечественного высшего образования на мировом рынке образовательных услуг и повышения конкурентоспособности страны в целом. В этих условиях ключевым фактором успеха является разработка и внедрение современных методов управления человеческим капиталом как важнейшим источником развития и повышения эффективности деятельности научно-педагогических кадров.

Благодаря эффективным результатам деятельности человеческого капитала университетов двенадцать российских вузов вошли в Шанхайский предметный рейтинг Global Ranking of Academic Subjects (ARWU), среди которых лучших результатов добился МГУ им. М.В. Ломоносова. Всего при составлении нового рейтинга были оценены около 4 тысяч университетов. Ранжирование осуществлялось по пяти предметным областям: математика, физика, химия, информатика и экономика/бизнес. Всего в предметный рейтинг попали 12 российских вузов, среди которых Московский, Санкт-Петербургский, Томский, Новосибирский госуниверситеты и др. [1, с. 6].

В результате проведенного нами анализа категориального аппарата выяснено, что, с одной стороны, человеческий капитал рассматривается как один из факторов производства, основываясь на традиционной методологии; с другой стороны, человеческий капитал рассматривается как итог развития общества от присваивающего до производящего хозяйства, основываясь на марксистской методологии; с третьей стороны, человеческий капитал рассматривается как статическая величина, описываемая понятиями «доход» и «инвестиции», опираясь на неоклассическое определение. Таким образом, обобщая подходы к человеческому капиталу и рассматривая его с точки зрения институционального подхода, как элемент более общей системы, определим человеческий капитал вуза как совокупность накопленных знаний, умений, навыков и мотиваций, выражающихся в системе профессиональной компетентности, образования и интеллекта, культуры, здоровья сознательно используемой человеком в своей деятельности, призванной обеспечивать высокое качество подготовки выпускаемых специалистов. Как показало наше исследование, человеческий капитал системы высшего образования характеризуется рядом специфических особенностей, обусловленных с одной стороны свойствами самого человеческого капитала, а с другой – их отраслевой принадлежностью. Разделение человеческого капитала, проведенное Г. Беккером [2, с. 12], на две составляющие – специфическую, т.е. полезную только для работы на данном предприятии, и общую, т.е. полезную для работы на других предприятиях, – может быть использовано при анализе системы высшего образования. Тогда, с этой точки зрения, общим можно считать человеческий капитал, функционирующий во внешних системах по отношению к рассматриваемой, а специфический – только внутри анализируемой системы. Специфическими особенностями человеческого капитала вуза является то, что накапливается и воспроизводится он в одной и той же системе – системе образования, что определяет некоторую замкнутость циклов и актуализирует проблемы подготовки высококвалифицированных кадров. Большая доля интеллектуального труда определяет дисбаланс и

асимметрию в развитии человеческого капитала в данную компоненту, что обуславливает проблемы его всестороннего гармоничного развития. Общее сокращение человеческого капитала системы высшего образования в результате государственного регулирования данной сферы. Как показали расчеты, ежегодно численность профессорско-преподавательского состава (ППС) вузов сокращается примерно на 20 тыс. человек, что увеличивает нагрузку на работающий кадровый состав (рассчитано по [3]). Происходит изменение качественных характеристик человеческого капитала системы высшего образования. Так, доля лиц с учеными степенями в общей численности ППС постоянно увеличивается: доля кандидатов наук в общей численности ППС составила в 2011/12 гг. 51%, в 2013/14 гг. – 54%, в 2014/15 гг. – 56%, в 2015/16 гг. – 57%, в 2016/17 гг. – 59%, а доля докторов наук составила в 2011/12 гг. – 12,5%, в 2013/14 гг. – 14%, в 2014/15 гг. – 14,7%, в 2015/16 гг. – 15,2%, в 2016/17 гг. – 16%. (рассчитано по [3]). Также количество публикаций российских авторов в научных журналах, индексируемых в SCOPUS и WEB of SCIENCE, ежегодно увеличивается; например в 2005 г количество публикаций составило 69623, в 2010 г – 72963, в 2014 – 93809, в 2017 – 99567 [3, с. 134]. Человеческий капитал вуза подвержен физическому износу как следствие старения человеческого организма, несовершенства памяти, смерти, актуализируя при этом проблемы его эффективного воспроизводства. Так, недостаточные масштабы вовлечения и закрепления талантливой молодежи, и низкая внутриорганизационная мобильность научно-педагогических кадров является причиной сохранения возрастного дисбаланса в структуре научных и научно-педагогических кадров с преобладанием возрастной группы 59–69 лет. [4, с. 12]. Сегодня требуется модернизация системы подготовки в аспирантуре и докторантуре в соответствии с современными требованиями в направлении международной конкурентоспособности. Так, например, о неэффективности традиционной подготовки свидетельствуют данные: практически на 100 тыс. человек обучающихся в очной аспирантуре приходится 6,6 тыс. человек защитивших диссертацию. Низкая ликвидность человеческого капитала вузов определяет, как следствие, высокую степень риска инвестиций в него. Это, в свою очередь, формирует ограниченный круг инвесторов, в качестве которого зачастую выступает только государство. Инвестиции в человеческий капитал подконтрольны государству посредством государственной аккредитации вузов и в определенной степени обеспечиваются государственным финансированием и контролем.

Все перечисленные особенности человеческого капитала системы высшего образования влияют на выработку концептуальных и методических подходов к его управлению. Очевидно, что копирование даже самых прогрессивных форм и методов, разработанных в иных условиях, использоваться не могут. Эти подходы, очевидно, нуждаются в адаптации и дополнении. Выработка эффективных методов управления человеческим капиталом должна базироваться на коэволюционном подходе. Считаем, что человеческий капитал системы высшего образования следует рассматривать и развивать как на уровне отдельного человека, т.е. индивидуальный человеческий капитал, так и на уровне университетов. Ключевым фактором в повышении эффективности управления человеческим капиталом университетов в условиях их преобразования являются инве-

стиции в его развитие и качество, поскольку именно за счет инвестирования накапливается и увеличивается капитал, который, в свою очередь, приносит длительный социально-экономический эффект.

Ряд экспертов отмечают, что положительные изменения, происходящие в системе высшего образования, отмеченные выше, происходят благодаря переходу вузов на заключение эффективных контрактов с научно-педагогическими работниками. Проблемной зоной является вопрос о разработке объективных показателей эффективности деятельности научно-педагогических работников [5, с. 7].

Мы проанализировали достоинства и недостатки данной новой формы социально-трудовых отношений с точки зрения работника и работодателя, что представлено в табл. 1.

Таблица 1

Эффективный контракт: достоинства и недостатки

Объект	Плюсы	Минусы
Педагогический работник	<ul style="list-style-type: none"> • перечень трудовых обязанностей четко обозначен; • приоритетное направление реализации трудовой функции для работника можно закрепить; • оплата труда в зависимости от сложности работ декларируется как дифференциация; • декларируемая справедливость в оплате труда 	<ul style="list-style-type: none"> • предлагается «типовое», одинаковое для всех работников дополнительное соглашение к трудовому договору, поэтому не реализуется индивидуальный подход; • отсутствует ясность механизма назначения стимулирующих выплат; • не известна заранее стоимость каждого показателя, критерия эффективности
Работодатель	<ul style="list-style-type: none"> • определен и уточнен круг трудовых обязанностей каждого сотрудника; • появляются возможности по повышению качества образовательных услуг; • за счет сосредоточения работника на определенной деятельности появляются возможности повышения производительности труда и персонализации управления 	<ul style="list-style-type: none"> • появляется потребность в нормировании деятельности преподавателей, особенно внеучебной деятельности; • возможное снижение качества образовательного процесса вследствие сосредоточения преподавателей на более «выгодной», «конъюнктурной» работе в ущерб основной деятельности; • срок заключения эффективного контракта не совпадает с бюджетным финансированием вуза, что осложняет процесс установления размера фонда стимулирования труда

Так, упрощая контроль за выполнением и качеством закрепленных за каждым сотрудником обязанностей, эффективный контракт выступает в качестве действенного инструмента управления, повышая мотивацию на саморазвитие и самореализацию научно-педагогических кадров при незначительных затратах вуза. Однако и с расчетом размера стимулирующих выплат для научно-педагогических работников возникают проблемы. Распределять фонд стимулирования можно по количеству набранных баллов, пропорционально им по установленным критериям эффективности. Однако отсутствуют гарантии реального увеличения заработной платы работника, поскольку, во-первых, стоимость каждого критерия эффективности заранее не определена, а во-вторых, в оценке конечного результата присутствует субъективизм, поскольку оценка проводится работодателем.

Сегодня весьма актуально для руководства вузов разработка норм времени на учебную, внеаудиторную, научно-исследовательскую, методическую и другие виды работ. Нормирование труда научно-педагогических работников является важнейшей задачей на протяжении ряда лет. Однако сформировать эффективную, справедливую систему оплаты труда невозможно без определения уровня трудозатрат на ведение различных видов деятельности научно-педагогическими работниками.

Таким образом, считаем, что человеческий капитал системы высшего образования следует рассматривать и развивать и на уровне индивида, и на уровне университетов. Ключевым фактором в повышении эффективности управления человеческим капиталом университетов в условиях их преобразования являются инвестиции в его развитие и качество. В настоящее время на федеральном и региональном уровне реализуются мероприятия, обеспечивающие адресную поддержку отдельных групп исследователей, научных коллективов, студентов и молодых ученых, в тоже время нуждаются в новых институтах развития все большее число научно-педагогических кадров. Поэтому необходима разработка отдельной целостной концепции инновационного управления человеческим капиталом как ключевого направления модернизации высшего образования в России, способствующая решить многочисленные кадровые проблемы университетов в условиях их модернизации.

Список литературы

1. *Сенашко В.С.* О реформировании отечественной системы высшего образования: некоторые итоги // Высшее образование в России. 2017. №6. С. 5–15.
2. *Becker G.S.* Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education –Third Edition – Chicago and London: The University of Chicago Press, 1992.
3. Российский статистический ежегодник. 2017: Стат. сб. / Росстат. М., 2017.
4. Федеральная целевая программа «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2014–2020 годы // Электронный ресурс // <http://минобрнауки.рф/документы/2967/файл/1663> (дата обращения 10.10.2017).
5. *Чубик П.С., Лидер А.М., Замятин С.В., Чубик М.П., Кирьянова Л.Г.* Система эффективного контракта для научно-педагогических работников университета // Высшее образование в России. 2016. №8–9. С. 5–14.

УДК 334.02

Бежовец Влада Эдуардовна
Центр инноваций социальной сферы
Новгородской области

МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ В КОЛЛЕКТИВЕ

Аннотация. В статье рассматривается модель управления взаимоотношениями в коллективе, построенная на необходимости анализа и осознания шести элементов: чувств, желаний, действий «внутреннего» фокуса, мыслей и фантазий, ощущений и «внутренних» ролей сотрудников. Модель предполагает целенаправленное «построение» процессов управления отношениями, что приведет к росту эффективности управленческой деятельности.

Ключевые слова: взаимоотношения в коллективе, взаимодействие, психологический климат, коммуникации, управление отношениями, ролевое поведение, действия «внутреннего фокуса».

Bezhovets Vlada, E.
Center for Innovations in the Social Sphere
of the Novgorod Region

MODEL OF MANAGEMENT OF RELATIONSHIPS IN THE TEAM

Abstract. The article considers the model of managing relationships in a team, built on the need to analyze and understand the six elements: feelings, desires, actions of the “inner” focus, thoughts and fantasies, sensations and “inner” roles. The model assumes a purposeful “construction” of the processes of relationship management, which will lead to an increase in the effectiveness of management activities.

Keywords: mutual relations in the team, interaction, psychological climate, communications, relationship management, role behavior, actions of the “internal focus”.

Современные вызовы в управленческой деятельности глубоко связаны с экономическими, политическими, духовными и социальными отношениями в нашем обществе, с теми изменениями, которые сейчас происходят в реальной жизни людей. Одно из противоречий – это «разрыв» между поколениями сотрудников и системами взглядов, убеждений, ценностей в трудовой деятельности. Для молодого поколения характерно «проектное» мышление, краткосрочная ориентация на выгоду, «сокращенный» набор ценностей, готовность работать сразу на нескольких работодателей, в дистанционном формате и гибких графиках, хорошие навыки работы в цифровом пространстве, знаковых системах. Для старшего поколения присуще стремление к системности, обоснованности, стабильности, целесообразности, и в то же время сотрудники старшего возраста не могут работать в условиях постоянных изменений, технологически отстают, гипертрофированно не готовы и сопротивляются новому. При этом все большее значение в коллективах приобретают вопросы интеллектуального

и нравственного лидерства, экспертного знания сотрудников, качественного общения. В условиях противопоставления «старого» и «нового» подходов внутри реальных рабочих коллективов, между традиционным системно-процессным образом мышления и мозаичным проектным образуется вакуум, который мешает формированию полноценных отношений и развитию коллективов, снижает результаты управленческой деятельности.

На фоне вакуума необходимо разрабатывать стратегию постепенных изменений во всех сферах деятельности организации, включая важнейший процесс управления персоналом. Работа с людьми – это целенаправленное последовательное поступательное долгосрочное развитие отношений, направленное на осознание и затем – удовлетворение потребностей каждого человека, каждого сотрудника, вне зависимости от должностной позиции. Это работа, которая может быть раскрыта через действия – обращение и проявление внимания, забота и помощь. Но в конкретных условиях каждой организации эта работа должна быть построена максимально рационально.

С этой точки зрения, минуя теории и практики, связанные с потребностями человека, обратимся к модели управления взаимоотношениями в коллективе. Эта модель проста, практически ориентирована и близка каждому человеку, в ней игнорируются должностные позиции и властная иерархия. Она посвящена Человеку и отношениям между людьми.

Визуальный образ описываемой модели может быть любой, основанный на совокупности 6 элементов, объединенных по трем уровням взаимодействия – микро, мезо и макро. Например, наглядный образ мира (земного шара) – макроуровень, где конкретная страна (микроуровень) является частью континента (мезоуровень). Или наглядный образ коллектива (мезоуровень), где конкретный человек трудится в первичном коллективе (микроуровень), который в свою очередь является частью международной группы компаний (макроуровень).

На каждом уровне отношений анализируются шесть элементов: 1) чувства людей; 2) желания (потребности); 3) действия внутреннего фокуса; 4) мысли, убеждения, взгляды, фантазии, иллюзии, мечты; 5) ощущения; 6) доминирующие «внутренние» роли.

Первый элемент модели – «ЭЛЕМЕНТ Ч» – посвящен чувствам. Какие преимущественно эмоции и чувства испытывают сотрудники? В отношениях с руководителем, коллективом, клиентами, партнерами и т.д.? Каких чувств больше – негативных или позитивных и в какой степени? Управление взаимоотношениями по первому элементу заключается в целенаправленном анализе, планировании и организации отношений с учетом осознания чувств и настроений членов коллектива. В идеале важно, чтобы позитивные чувства преобладали над негативными.

Второй элемент – «ЭЛЕМЕНТ ЖЕ» – посвящен желаниям сотрудников, тесно связанным с потребностями и с энергией, направленной на их реализацию. Какие желания преобладают у сотрудников – реализованные или нереализованные? Реализуются ли их желания в процессе трудовой деятельности и общения? В идеале важно, чтобы конструктивных реализованных желаний было больше, чем нереализованных. Модель управления взаимоотношениями пред-

полагает интерес и внимание к персоналу, постоянное изучение людей, высокий уровень осознания и анализа их потребностей.

Третий элемент – «ЭЛЕМЕНТ Д» – ключевой в управлении взаимоотношениями. Это действия, которые совершают сотрудники. Действия «внутреннего» плана или внутреннего фокуса. О действиях руководителей в теории менеджмента принято говорить на языке «методов управления». О действиях сотрудников в практике управленческой деятельности – на языке должностных обязанностей. Действия внутреннего фокуса фактически объясняют поведение членов коллектива и определяют взаимоотношения. Самые распространенные «детско-родительские» действия внутреннего фокуса (из «детской» и «родительской» ролей, описанных ниже в «ЭЛЕМЕНТЕ Р») – избегание, игнорирование, отрицание, отвержение, отказ, обесценивание, скрытое обвинение, осуждение, принуждение, манипулирование, скрытая просьба о помощи, перенос ответственности, «ожидание чуда», фантазирование, оскорбление, месть, насилие, скрытый приказ, скрытое требование и т.д. Самые распространенные действия из «взрослой роли» – внимание, забота, помощь, прямая просьба о помощи, анализ, прямое обвинение, адекватная оценка, проявление уважения, проявление доброжелательности и т.д. Действия бывают прямыми и скрытыми, обоснованными и необоснованными. В каждом действии сотрудника запечатаны чувства и желания. В управлении отношениями по третьему элементу важен высокий уровень осознания действий внутреннего фокуса как своих, так и других членов коллектива. В идеале полноценность отношений в коллективе зависит от преобладания «взрослых» действий над «детско-родительскими». Следовательно, управление взаимоотношениями может быть ориентировано на корректировку поведения сотрудников в сторону «взрослых» внутренних действий через влияние на процессы совместной работы, общения и обучения.

4 элемент – «ЭЛЕМЕНТ МУФ» – мысли, убеждения, взгляды, а также фантазии, иллюзии, мечты. Этот элемент, с одной стороны, доступен для наблюдения и анализа, так как члены коллектива раскрывают их в процессе общения. С другой стороны, для многих отношений внутри организаций характерны полускрытые полуживые неуправляемые перепутанные потоки мыслей, фантазий, убеждений, взглядов, иллюзий, точек зрения, в том числе заблуждений и лжи. Управление отношениями по четвертому элементу – это создание открытой коммуникации, партнерской безопасной дискуссии, искренних диалогов, честных разговоров, осознания своих чувств и желаний для прямого обозначения своей позиции и культуры аргументирования.

5 и 6 элементы – «ЭЛЕМЕНТ О» и «ЭЛЕМЕНТ Р». Это управление отношениями на уровне анализа ощущений – реакций нашего организма, его здоровья, и прежде всего, телесных реакций. Роли – один из важнейших элементов модели управления отношениями. Это определенные «внутренние» образцы поведения. Выбранная роль в отношениях зависит и от социального статуса, и от ожиданий и требований других людей, от собственного опыта и конкретных обстоятельств, от личных качеств, биопсихологических возможностей человека, его убеждений и ценностей. Помимо традиционного выделения детской, ро-

дительской и взрослой ролей [3], можно выделить другие роли. Например, распространена роль мыслителя-мечтателя – человека, который находится под властью собственных мыслей, фантазий, иллюзий, мечтаний, убеждений [1]. В модели управления отношениями осознание «внутренних» ролей сотрудников необходимо для эффективного управления, планирования, мотивирования и организации работы с людьми.

Таким образом, модель управления взаимоотношениями в коллективе имеет смысл для повышения эффективности управленческой деятельности. Она может показаться примитивной с точки зрения требований изученности, научности, аналитики. В то же время она конкретна и востребована в организациях. На практике в настоящее время модель применяется фрагментарно в деятельности отдельных организаций как на уровне работы опытных руководителей, так и на уровне работы служб персонала. Тем не менее, она может быть полезной в ответ на современные вызовы, проблемы, разрывы, пустоты и конфликты в управленческой деятельности, как в теории, так и на практике.

Список литературы

1. Авдеев Алекс, психотерапевт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.youtube.com/watch?v=4ROSYS5LgGQ/> (дата обращения: 14.02.2018).
2. *Бежовец В.Э.* Уровни информационного взаимодействия ученых. Гуманитарные дисциплины. LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014. 84 с.
3. *Берн Э.* Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. М.: Эксмо, 2014. 576 с.

УДК 331.104

Беляев Виктор Иванович
Пяткова Оксана Николаевна
Алтайский государственный университет,
Барнаул

ПОЗНАВАТЕЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В УПРАВЛЕНИИ ИЗМЕНЕНИЯМИ

Аннотация. В статье предлагается описание методического подхода к решению проблемы сопротивления персонала внедрению изменений. Обосновывается положение о том, что сущностной основой организации труда являются социально-трудовые отношения. Целенаправленное воздействие на функциональные характеристики таких их типов, как трудовой конфликт, трудовой оппортунизм, снизит потенциал сопротивления и сделает внедрение изменений более эффективным и результативным.

Ключевые слова: изменения, инновации, сопротивление персонала, трудовой конфликт, трудовой оппортунизм, социально-трудовые отношения.

Belyaev Viktor, I.
Pyatkova Oksana, N.
Altai State University, Barnaul

COGNITIVE FUNCTION OF SOCIAL AND LABOUR RELATIONS IN CHANGE MANAGEMENT

Abstract. The article gives the description of the methodical approach to solving the problem of employee resistance to change. It provides evidence that the essentials of labour management are social and labour relations. Direct impacts upon such functional characteristics of theirs as labour conflict and labour opportunism would reduce the resistance potential and make implementation of changes more effective and successful.

Keywords: changes, innovations, employee resistance to change, labour conflict, labour opportunism, social and labour relations.

Древнегреческий философ Гераклит из Эфеса в своем труде «О природе» отмечал, что ни в природе, ни в обществе нет ничего постоянного. Все подобно течению реки, в которую нельзя войти дважды. Правы те современные авторы, которые, дополнив Гераклита, утверждают, что ничего более постоянного, чем изменения, в мире нет. Согласно Й. Шумпетеру, именно инновационные изменения и обуславливают экономический рост и экономическое развитие общества [1, с. 126–132].

Всеобщность изменений выражается не только в том, что изменяются природа и общество, но и в том, что, воспринимая внешние изменения, изменяется и внутренний мир человека, причем, каждого. Отмечая это, Э. Камерон и М. Грин утверждают: «Ты, вошедший в реку сегодня, не похож на себя, вошедшего в реку вчера» [2, с. 24]. Это очень важное обстоятельство, ибо человек (такова его природа) не всегда охотно идет на изменение самого себя. Очевидно, именно этим и можно объяснить освещаемый практически всей учебной и научной литературой по управлению изменениями феномен сопротивления персонала их внедрению [3]. Анализ поля сил, предложенный Куртом Левиным (1890–1947) [4, с. 33–34], и предназначенный им для оценки баланса сдерживающих внедрение изменений и поддерживающих их сил, яркое подтверждение тому, что проблема сопротивления персонала внедрению изменений имеет место быть. С этим явлением пытаются бороться административными методами (приказами, выговорами), методическими приемами; разрабатываются, казалось бы, действенные мотивационные схемы, ориентированные на адекватное восприятие изменений работниками, но тщетно – проблема остается. Почему? Очевидно, потому, что все подобные действия направлены на устранение видимых негативных проявлений трудового поведения работников, но никак не скрытых глубинных причин, которые как раз и вызывают эти проявления.

Авторы этих строк полагают, что причины сопротивления персонала внедрению изменений носят сущностный характер, следовательно, они недоступны для прямого и непосредственного наблюдения, их трудно понять и объяснить; поэтому все разрабатываемые административные, методические приемы слабо помогают в решении проблемы преодоления сопротивления персона-

ла изменениям при их внедрении. Чтобы решить проблему, нужно познать природу скрытых неочевидных причин, разработать механизмы воздействия на их устранение, или, как минимум, ослабление, и применять всякий раз при внедрении изменений.

Наблюдения за трудовым поведением персонала при внедрении изменений в учреждениях здравоохранения позволили авторам выдвинуть гипотезу о том, что причины сопротивления кроются в содержании и структуре социально-трудовых отношений, складывающихся в организациях под воздействием официальных трудовых регламентов и организационных культур. Именно они – социально-трудовые отношения – и составляют сущностную основу труда в организациях, именно они и формируют трудовое поведение персонала, в том числе и при внедрении изменений [5, с. 20].

Установлено, также, что сопротивление персонала проявляется в двух формах, одну из которых можно назвать открытой, очевидной, а другую тайной, скрытой, неочевидной. Открытой формой сопротивления является трудовой конфликт, когда один или несколько работников публично выступают с критикой внедряемых изменений, аргументируют их несостоятельность, неэффективность; т.е. они сопротивляются открыто. Скрытая форма выражается в различных формах трудового оппортунизма: работники делают вид, что соглашаются с изменениями, на деле же они, при их внедрении, пытаются исказить их смысл и содержание, зафиксировать это документально, с тем чтобы обеспечить себе в будущем некие привилегии. То, что их выгода будет обеспечена посредством умышленного нанесения ущерба предприятию, их не смущает.

Сопоставление трудового конфликта и трудового оппортунизма в характеристиках трудового поведения работников при внедрении изменений не просто иллюстрирует различие в формах проявления сопротивления персонала изменениям (в одном случае открытое, в другом закрытое), но и позволяет понять довольно важное обстоятельство. Согласно одной из весьма распространенных классификаций социально-трудовых отношений, выполненной по признаку способов принятия решений, трудовой конфликт отнесен к одному из их самостоятельных типов [6, с. 54–55]. О трудовом оппортунизме в контексте данной классификации никаких упоминаний нет. Очевидно, потому, что он – оппортунизм – никогда не проявляет себя в очевидной, наблюдаемой форме. Но по содержанию трудового поведения работников трудовой оппортунизм также является одним из типов социально-трудовых отношений. И авторами ранее это уже было доказано [7, с. 153–162]. Это следует и из известных определений понятия «отношения».

Однозначного определения отношений нет, хотя эта категория широко применяется во многих общественных науках. Нет определений отношений ни в экономической теории, ни в экономике труда, ни в социальной психологии. Социальные философы определяют отношения, как намерения или даже как чувства людей [8]; причем объектами отношений, по их мнению, могут быть как люди, так и предметы, др. Более или менее внятное определение отношений можно найти в литературе по маркетингу, при объяснении учеными-маркетологами содержательных аспектов формирования потребительского поведения покупателей на рынках. Предварительно при этом маркетологами обраба-

ется внимание и на отмеченное нами обстоятельство относительно отсутствия определения понятия «отношения»: «Являясь одним из наиболее широко используемых понятий в сфере социальной психологии, оно [тем не менее] может служить примером концепции, отличающейся наиболее непоследовательным применением» [9, с. 335]. Все так: отсутствие определения обуславливает и непоследовательность в применении понятия «отношения», и не только в социальной психологии, но и в других отраслях науки тоже. В попытках решить эту проблему, а именно как-то упорядочить применение понятия «отношения», авторы-маркетологи предлагают следующее их определение: «Отношение – это суммарная оценка объекта» [10, с. 282]. Из него следует, что в понятии «отношения» всегда есть две стороны – субъект отношений и объект отношений. Применительно к рассматриваемой теме субъектами отношений следует назвать менеджмент и работников; изначальным объектом – собственно изменения, их содержание. Впоследствии, причем возможно, очень быстро, отношения работников к изменениям неизбежно трансформируются в их отношения к менеджменту, который эти изменения и внедряет в сложившуюся социально-трудовую среду; а внедряя, неизбежно изменяет и ее, а изменяя, формирует отношение работников и к собственно изменениям, и к менеджменту, внедряющему их.

Примерно по такой схеме и происходит формирования конфликтных и/или оппортунистических отношений в социально-трудовой сфере к изменениям при их внедрении, которые, затем, и проявляются в трудовом поведении работников либо в открытой (конфликтной), либо скрытой (оппортунистической) форме. Методы управления конфликтами, возникающими при внедрении изменений, поскольку они носят открытый характер, есть [2, с. 366–369], общепринятых методов управления оппортунистическим поведением пока нет. И это при том, что вред, причиняемый трудовым оппортунизмом, поскольку он осуществляется на скрытой основе, значительно превышает вред, являющийся следствием трудовых конфликтов. Один из авторов уже на протяжении ряда лет работает над созданием методики, направленной на преодоление проявлений трудового оппортунизма при внедрении изменений [11, с. 82–84]. Первые результаты получены и апробированы в практике управления изменениями при внедрении нового программного обеспечения в учреждениях здравоохранения. Они свидетельствуют о результативности и эффективности метода, но вместе с тем побуждают автора и к дальнейшим исследованиям в направлении совершенствования методики. Важно определить направления и механизмы воздействия на социально-трудовые отношения с тем, чтобы перед внедрением изменений и на первых этапах их осуществления сформировать в социально-трудовой сфере отношения восприятия изменений. Сделать это можно, если разобраться в функциональной структуре социально-трудовых отношений.

Даниель Катц выделил следующие функции отношений [12, с. 283–285].

1. Утилитарная функция. Она связана с принципами вознаграждения и наказания за действия субъекта отношений; с одной стороны страх перед наказанием и, с другой стороны, желание получить вознаграждение, что и обуславливает поведение индивидуума, как субъекта отношений.

2. Функция, выражающая ценность. Она формулирует ценностные ориентиры субъекта или его представления о самом себе, которые определяют его ценности и оказывают конкретное влияние на его поведение.
3. Функция самозащиты. Эта функция предназначена для защиты индивидуума как от внутренних чувств его, выражающихся в самооценке своих действий, так и от внешних угроз.
4. Функция познания. Она предназначена для понимания возникшей перед субъектом отношений ситуации. Некоторые жизненные ситуации бывают достаточно сложными, и чтобы быстро понять их суть, субъекту отношений необходимы знания о природе и содержании этой ситуации.

Таковы функции отношений вообще. Естественно, что в каждой предметной области содержательное наполнение их определяется содержанием самой предметной области. Кроме того, отношение не может быть ориентировано только на одну какую-либо функцию. Оно может выполнять и более одной функции. Но при этом какая-либо одна обязательно будет либо доминирующей, либо изначальной. Как показывают наблюдения и опросы, при внедрении изменений изначальной и доминирующей на первых этапах функцией социально-трудовых отношения является познавательная функция. Работники, в первую очередь, интересуются изменением/сохранением рабочих мест (в частности, ожидают ли сокращения), содержания решаемых трудовых (производственных) задач, оплатой и условиями труда, процедурами обучения. Уже здесь, в ответах на вопросы, касающиеся этих положений, прослеживается действие и всех других функций социально-трудовых отношений. Причем они проявляются в некоем системном единстве и выражаются в заботе о сохранении работы, повышении оплаты труда, улучшении его условий, т.п.

В итоге на основе проведенных исследований предлагается дополнить (развить, усовершенствовать) первый этап известной трехэтапной модели управления изменениями К. Левина: «размораживание, внедрение, замораживание» [4, с. 53–60]. Как известно, на первом этапе, по замыслу автора, осуществляется предварительная подготовка персонала к восприятию изменений. Его суть сводится в основном к обучению персонала, подготовке его к работе в новых условиях, в формировании убеждений восприятия изменений. Предлагается дополнить этот этап исследованием содержания и структуры социально-трудовых отношений, их функций по каждому типу. Опросы проводить в качестве дополнения к предусмотренному К. Левиным обучению персонала работе в новых условиях. Результаты обработки ответов позволят менеджменту предприятия выработать мероприятия по восприятию персоналом изменений; персонал почувствует, что при внедрении изменений учтены мнения и пожелания работников к их содержанию. На этапе внедрения осуществляются конкретные работы, процедуры и действия, предусмотренные проектом, изменяющие привычный стиль работы, содержание трудовой деятельности исполнителей. На этом этапе должны произойти изменения в условиях труда и в его оплате. Замораживание – третий этап – предполагает закрепление новых трудовых стереотипов после внедрения изменений.

Использование предлагаемого методического подхода к управлению внедрением изменений, безусловно, повысит результативность и эффективность всего проекта работ по изменениям.

Список литературы

1. *Шумпетер Й.А.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М.: Эксмо, 2007. 864 с.
2. *Камерон Э., Грин М.* Управление изменениями. М.: Изд-во «Добрая книга», 2006. 360 с.
3. *Управленческие проблемы модернизации / Крупанин А.А., Мячин Ю.В., Растова Ю.И. и др.; Под ред. А.Н. Цветкова.* СПб.: СПбГИЭУ, 2011. 236 с.
4. *Эффективный менеджер. Управление изменениями. Кн. 11. Учеб. пособие / Гл. ред. Т.В. Лютова.* Жуковский: МИМ ЛИНК, 1999. 92 с.
5. *Беляев В.И.* Организационные структуры и организационные культуры в формировании и развитии институтов социально-трудовых отношений на предприятиях // Современный менеджмент: проблемы и перспективы: Сб. статей. В 2-х ч. Ч. 1. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. С. 16–21.
6. *Экономика труда и социально-трудовые отношения / Под ред. Г.Г. Меликьяна, Р.П. Колосовой.* М.: Изд-во МГУ, Изд-во ЧеРо, 1996. 623 с.
7. *Оппортунизм в структуре социально-трудовых отношений / Под ред. В.И. Беляева, А.Н. Мельникова, Р.А. Самсонова.* Барнаул: ИП Колмогорова И.А. (Изд-во «Концепт»), 2015. 236 с.
8. *Фукуяма Ф.* Доверие: социальные добродетели и пути к процветанию. М.: АСТ МОСКВА, 2008. 730 с.
9. *Черчилль Г.А., Якобуччи Д.* Маркетинговые исследования. СПб.: Изд. дом «Нева», 2004. 832 с.
10. *Энджел Дж., Блэкуэлл Р., Миниард П.* Поведение потребителей. СПб.: Питер Ком, 1999. 768 с.
11. *Пяткова О.Н.* Исследование и диагностика социально-трудовых отношений в целях преодоления проблем сопротивления персонала внедрению инновационных изменений // Современный менеджмент: проблемы и перспективы: Сб. статей. В 2-х ч. Ч. 1. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. С. 79–84.
12. *Соломон М.* Поведение потребителя. Искусство и наука побеждать на рынке. СПб.: ООО «ДиаСофтЮП», 2003. 784 с.

УДК 331.1

**Ботоева Галина Игоревна
Кучеренко Ольга Юрьевна
ЗАО «ТАУРАС-ФЕНИКС»,
Санкт-Петербург**

ЭВОЛЮЦИЯ МОТИВАЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ТРАЕКТОРИИ ПЕРСОНАЛА В РЕАЛЬНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В статье рассматриваются теории мотивации и их влияние на кадровую политику современного предприятия реального сектора, а также роль профессиональной траектории в построение карьеры нового поколения персонала. Работа в конкурентной среде

в реальном секторе экономики, в полной экономической самостоятельности, требует пересмотра существующей системы управления мотивацией персонала на предприятиях. Проблема мотивации персонала остается одной из самых важных в ряду проблем управления персоналом. Желание и готовность персонала качественно и своевременно выполнять свою работу является одним из ключевых факторов успеха организации. Разработать эффективную систему мотивации персонала можно, если руководитель знает, что движет сотрудником, что побуждает его к деятельности, какие мотивы лежат в основе его действий. Для этого необходимо знать, какие мотивы побуждают конкретного сотрудника эффективно работать, как и каким способом они могут быть приведены в действие.

Ключевые слова: персонал, мотивация, профессиональная траектория, инструменты мотивации, теории мотивации.

**Botoeva Galina, I.
Kucherenko Olga, Y.**
CJSC “TAURAS-FENIX”, Saint-Petersburg

EVOLUTION OF MOTIVATION IN THE PROFESSIONAL TRAJECTORY IN THE REAL SECTOR OF THE ECONOMY

Abstract. The article discusses the theory of motivation and their impact on the personnel policy of modern enterprises of the real sector, as well as the role of professional trajectory in career building. Working in a competitive environment in the real sector of the economy, in full economic independence requires a review of the existing management system of motivation of staff in enterprises. The problem of staff motivation remains one of the most important among the problems of personnel management. The willingness and willingness of staff to do their work is a key factor in the success of the organization. It is possible to develop an effective system of staff motivation if the Manager knows what drives the employee, what motivates him to work, what motives are the basis of his actions. To do this, you need to know how certain motives arise, how and in what way, the motives can be put into action, how the motivation of people is carried out.

Keywords: personnel, motivation, professional trajectory, motivation tools, theory of motivation.

Современный персонал – это не только человеческий капитал предприятия, но и в первую очередь объединение специалистов, имеющих одну цель и работающих для ее осуществления. Безусловно, мотивы сотрудников могут значительно отличаться. Поэтому важным аспектом управления персоналом является формирование объективной и сбалансированной системы мотивации.

Сейчас работа вообще стала средством для жизни, а не смыслом жизни. Сотрудник включается в работу с учетом разных потребностей, стимулов и мотивов. Мотивация, ее понимание и реализация выражается в кадровой политике организации.

Мотивация – побуждение к действию (работе); динамический процесс психофизиологического плана, управляющий поведением человека, определяющий его направленность, организованность, активность и устойчивость; способность человека деятельно удовлетворять свои потребности [4, с. 5].

Предложенные определение раскрывает две стороны мотивации: психофизиологический потенциал и личностный потенциал. Отечественные и зарубежные исследователи разделяют теории мотивации на две группы: содержа-

тельные и процессуальные. Основой содержательных теорий являются внутренние потребности, которые побуждают человека действовать.

Наиболее известными теориями мотивации содержательной группы являются:

- 1) теория потребностей А. Маслоу (Идея представлена в книге «Теория человеческой мотивации» 1943 г., более подробная версия изложена в 1954 в книге «Мотивация и личность»);
- 2) теория приобретённых потребностей Д. МакКлелланда (1940-е годы);
- 3) теория двух факторов Ф. Герцберга (1950-е годы);
- 4) теория существования, связи и роста К. Альдерфера (1972 г.).

Согласно теории А. Маслоу существует пять групп потребностей: 1. Физиологические потребности; 2. Потребность безопасности; 3. Потребность принадлежать к социальной группе; 4. Потребность признания и уважения; 5. Потребность самовыражения.

Теория приобретённых потребностей К. МакКлелланда объясняет поведение человека через потребности: 1. Потребность достижения; 2. Потребность соучастия; 3. Потребность властвования.

Двухфакторная теория Ф. Герцберга представлена двумя взаимозависимыми факторами: условия труда (гигиенические факторы) и мотивирующие факторы. Факторы условий труда: политика фирмы, условия работы, заработная плата, межличностные отношения в коллективе, степень непосредственного контроля за работой.

Мотивирующие факторы: успех, продвижение по службе, признание и одобрение результатов работы, высокая степень ответственности, возможности творческого и делового роста.

К. Альдерфер объединял потребности человека в три обособленные группы: 1. Потребности существования; 2. Потребности связи; 3. Потребности роста.

Процессуальные теории пытаются объяснить восприятие и ожидания сотрудника в рамках ситуации и ее восприятия.

Выделяются три основные процессуальные теории мотивации:

- 1) теория справедливости Дж. Адамса (1963 г.);
- 2) теория ожидания В. Врума (1964 г., книга «Труд и мотивация»);
- 3) модель мотивации Л. Портера – Э. Лоулера (1968 г.).

Дж. Адамс полагал, что существует субъективная оценка своего вознаграждения к приложенным усилиям и ее соотношение с вознаграждением других людей на аналогичной позиции. Согласно данной теории, пока работники считают свое вознаграждение справедливым, они не будут уменьшать производительность своего труда.

По мнению В. Врума, определяющим аспектом поведения является ожидания удовлетворения желаемого. Работники достигают высокого уровня производительности в случае, если уровень их полномочий, профессиональные навыки, достаточны для выполнения поставленной задачи.

Л. Портер и Э. Лоулер разработали комплексную теорию мотивации, включающую аспекты теории ожиданий и теории справедливости. В представленную ими теорию входят пять переменных: затраченные усилия, восприятие, получен-

ные результаты, вознаграждение, степень удовлетворения. Л. Портер и Э. Лоулер пришли к выводу, что эффективный труд ведёт к удовлетворению потребностей.

Выше представлены наиболее известные мотивационные теории, каждая из которых имеет свои особенные черты. Несмотря на это, все рассмотренные теории обладают определенными общими чертами. В первую очередь то, что основным объектом всех теорий являются потребности и их классификации. Во-вторых, рассматривается механизм мотивации человека.

Следует отметить, что сейчас нет единого мнения об учении о мотивации, это объясняется различными методами исследования мотивации и в самом понимании ее значения и места в формировании профессиональной траектории персонала.

В общем понимании «траектория» представляет собой направление движения, следовательно, это динамичное, активное, постоянно развивающееся явление. Поэтому авторам представляется «профессиональная траектория» как выбор профессионального пути в конкретной точке карьеры. Это связано с многовариативностью карьерных и профессиональных возможностей специалистов.

Разработка и реализация профессиональных траекторий личности осуществляется в определённой социальной плоскости. Наибольшее влияние на становление и развитие профессиональных траекторий личности оказывают пространство в образовательных и трудовых средах. Важными составляющими трудовой среды (пространства), выступают рынок труда, заработная плата, поиск работы и т.д. Область трудовой среды (отношений) молодежи характеризуется спецификой положения молодежи на рынке труда [2, с. 64].

На формирование профессиональной траектории оказывают влияние много внутренних и внешних факторов.

В данный момент на рынке сложилась ситуация, когда у молодежи завышенные требования к работе это создает трудности для построения реалистичной карьеры, затрудняет поиск работы. В связи с этим существует несоответствие профессиональных траекторий развития личности у молодых специалистов и спросом на рынке труда.

Один из российских университетов в своем исследовании разделил профессиональные траектории молодых специалистов на четыре группы, на основе таких факторов как приверженность полученной специальности, ориентированность на профессиональное продвижение, уровень самостоятельности в формировании стратегии.

1. Профессионалы – молодые специалисты, работающие по специальности, нацеленные на карьеру как способ развития.
2. Подвижные карьеристы, отличает смена сфера деятельности и переход между организациями. Они заинтересованы в личном развитии в профессии, при этом их отличительная черта – стремление к карьерному и финансовому росту.
3. Стабильные, характеризуются работой на одном месте, не стремятся к карьерному росту, важным фактором является стабильность занятости и зарплаты.

4. Несформировавшиеся, отличаются отсутствием приверженности профессии и стремления к успеху, частой сменой места работы.

Итак, из рассмотренных типов траекторий успешными являются две – это профессионалы и подвижные карьеристы. Данные типы вовлечены в профессию, направлены на построение карьеры.

Проведенное исследование коллектива нашего предприятия выявило две преобладающие группы профессиональных траекторий – это подвижные карьеристы и стабильные.

На основании проведенного исследования мотивации персонала предприятия авторы выделяют следующие группы сотрудников и соответствующие им инструменты мотивации (табл. 1).

Таблица 1

Соотношение инструментов мотивации и персонала предприятия

№ п/п	Инструменты мотивации	Офисный персонал (служащие)		Производственный персонал (рабочие)	
		До 35 лет	Старше 35 лет	До 35 лет	Старше 35 лет
1.	Возможность работы по гибкому графику	+	+	+	+
2.	Карьерный рост	–	+	–	+
3.	Корпоративные мероприятия и праздники	+	+	+	–
4.	Льготное жилье	+	–	+	–
5.	Льготное питание	+	+	+	+
6.	Льготное посещение фитнес-центра	+	+	+	–
7.	Медицинское страхование	+	+	+	+
8.	Нематериальное поощрение: грамоты, размещение фотографии на доске почета	–	+	+	+
9.	Обучение и повышение квалификации	+	–	+	–
10.	Оклад и индивидуальная надбавка	+	+	+	+
11.	Премии	+	+	+	+
12.	Социальные отпуска, дополнительные дни отпуска	+	+	+	+
13.	Участие в льготных программах партнеров	+	+	+	+
14.	Комфортабельные условия труда	+	+	+	+
15.	Хороший психологический климат в коллективе	+	+	+	+

Система мотивации персонала может быть основана на различных методах, зависящих от кадровой и корпоративной политики предприятия, особенностей его деятельности и стратегии развития.

Следовательно, профессиональная траектория и управление ею – это новая технология построения развития карьеры сотрудника.

Список литературы

1. *Гарькин И.Н., Медведева Л.М., Клюев А.В.* Построение карьеры: профессиональные траектории молодежи // *Успехи современной науки и образования.* 2017. №4. Т. 1. С. 121–124.
2. *Гарькин И.Н., Медведева Л.М., Клюев С.В.* Уровень занятости населения в строительной отрасли: региональный аспект // *Успехи современной науки.* 2017. Т. 3. №1. С. 63–67.
3. Индивидуальная профессиональная траектория: формирование условий для непрерывного обучения / *С.В. Тактарова, Н.Ю. Щетинина* // *Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе.* 2017. №2(22). С. 101–113.
4. *Клочков А.К.* КРП и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов. Эксмо, 2010 [Электронный доступ]. Режим доступа: http://www.ftgroup.ru/upload/Kniga_KPI_Klochkov.pdf (дата обращения: 06.02.2018).
5. *Малиновский П.В.* Транспрофессионализм как критерий эффективности управления человеческим потенциалом // *Материальная база сферы культуры: Науч.-информ. сб. М., 2003. Вып. 4.*
6. *Тюхтева О.А.* Мотивация персонала – современные подходы // *Молодёжь и наука* [Электронный ресурс]. Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2011. Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2011/section04.html>, свободный.

УДК 316

Вельмисова Дарья Владимировна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ОБРАЗОВАТЕЛЬНО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ КЛАСТЕР КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕННОСТНО-МОТИВАЦИОННЫХ СМЫСЛОВ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В статье анализируется эффективность трехстороннего сотрудничества «работодатель – вуз – студент» на примере создания образовательно-промышленного кластера. Рассматривается вопрос формирования ценностно-мотивационных смыслов молодежи, представленной обучающимися вуза, в процессе их участия в работе кластера. Приводятся аргументы в пользу целесообразности формирования на базе кластера кадрового резерва из обучающихся для обеспечения единого смыслового пространства в культуре предприятий и организаций.

Ключевые слова: образовательно-промышленный кластер, ценности, ценностно-мотивационные смыслы, образование, кадровый резерв, молодежь.

Velmisova Daria, V.

Saint-Petersburg State University of Economics

EDUCATIONAL-INDUSTRIAL CLUSTER AS A TOOL FOR FORMING THE VALUE-MOTIVATION SENSES OF YOUTH

Abstract. The article analyzes the effectiveness of the tripartite cooperation “employer – university – student” on the example of creating an educational-industrial cluster. The issue of the formation of the value-motivational meanings of young people, represented by students of the university, is considered in the process of their participation in the work of the cluster. Arguments are given in favor of the expediency of forming on the basis of the cluster a personnel reserve from the students to ensure a single value space in the culture of organizations.

Keywords: educational-industrial cluster, values, value-motivational senses, education, personnel reserve, youth.

На протяжении последнего десятилетия в европейской, а следом и в российской системах образования произошли существенные трансформации. Процесс интеграции России в европейскую образовательную систему привел к включению новых положений в федеральные государственные образовательные стандарты, а это повлекло внесение изменений в учебные планы и программы. Изменения затронули и требования к результатам освоения обучающимися образовательных программ, к критериям оценки уровня сформированности набора знаний и компетенций. Одной из важнейших задач высшего образования является пересмотр традиционных подходов к обучению, внедрение современных образовательных технологий, которые будут способствовать формированию у обучающихся набора компетенций необходимых для дальнейшей успешной самореализации.

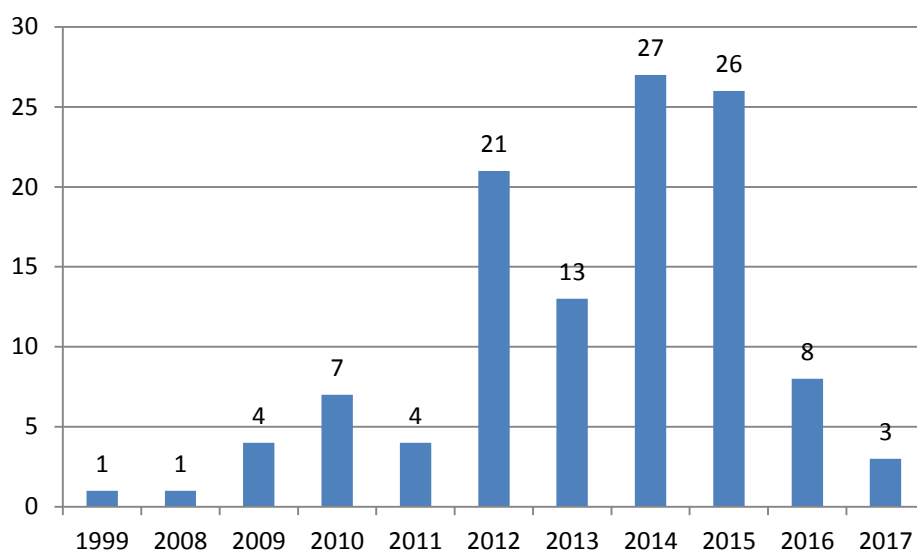
В 2003 году Российская Федерация присоединилась к Болонской декларации, тем самым приняв на себя ряд обязательств по реформированию системы образования. После этого в системе образования на смену традиционному «знаниевому» подходу пришел компетентностный подход и внимание образовательных учреждений сместилось от передачи обучающимся знаний, умений, навыков к опыту решения ими практических задач. Организация обучения на основе компетентностного подхода основана на комплексном использовании традиционных и инновационных образовательных технологий. На сегодняшний момент зафиксировано три основных подхода к пониманию профессиональной компетенции:

- это знания, присущие индивиду, полученные в период общего и профессионального образования;
- это навыки, полученные в процессе производственной деятельности;
- это способы общения или состав профессиональных коммуникаций [5].

Традиционные технологии обучения, такие как лекция и семинар (практическое занятие) в совокупности с инновационными технологиями (лекция-дискуссия; лекция с обратной связью; лекция-консультация; лекция-

визуализация; дискуссии с модерацией (техники: синектика, мозговой штурм, смысловое поле, mind-mapping, горячий стул, точечные вопросы и др.); ролевая игра (деловая, кейс-ситуации, имитационно-моделирующая); презентация; социально-психологический тренинг; мастер-класс и др.) способны сформировать у обучающихся устойчивый набор знаний, навыков, а также ряд профессиональных, межличностных и цифровых компетенций. Однако достижение максимально эффективного результата обучения представляется возможным только при наличии трехстороннего взаимодействия: «работодатель-вуз-студент». Более того, одним из официально принятых индикаторов результативности работы вуза является процент трудоустройства выпускников в течение календарного года, следующего за годом выпуска [2]. Важным показателем является удельный вес трудоустроенных по направлению полученной специализации, т.е. адресная подготовка специалистов в соответствии с потребностями различных отраслей экономики. Необходимо заметить, что помимо развития компетенций в задачи вуза как образовательного учреждения входит воспитательная функция, включающая в себя создание среды для формирования ценностно-мотивационных смыслов у обучающихся. Учитывая природу ценностей, которые по мысли большинства российских и зарубежных ученых (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн, Э. Фромм, А. Маслоу, В.А. Ядов, В.К. Потемкин, Л.В. Баева, И.И. Докучаев и др.) формируются в процессе взаимодействия личности с окружающей средой, можно констатировать, что сама по себе учебная среда, наличие в вузе высококвалифицированного персонала, использующего различные технологии преподавания, наличие иных образовательных ресурсов способны повлиять на формирование определенных ценностей и мотивации у молодежи. При этом, возвращаясь к мысли о важности тесного взаимодействия образовательных учреждений с бизнесом, необходимо акцентировать внимание на ценностном аспекте данной проблемы и возможностях расширения перечня инструментов, позволяющих вузам оказывать положительное воздействие на формирование ценностно-мотивационных ориентаций обучающихся.

Известно множество форм взаимодействия вуза и работодателя, среди которых следующие: дни открытых дверей; презентации компаний-работодателей; ярмарки вакансий, дни карьеры; научно-практические конференции и круглые столы с участием работодателей; прохождение студентами учебных и преддипломных практик на базе компаний. Все эти формы взаимодействия позволяют студентам ближе познакомиться с внутренней средой предприятия, задачами различных служб и подразделений, организационной культурой, ценностями и традициями, что играет важную роль в профессиональном становлении молодых специалистов. Кроме вышеперечисленных, в течение последних 5 лет активно развивается такая форма сотрудничества как образовательно-промышленный кластер. По данным сайта «Российская кластерная обсерватория» на сегодняшний день в России насчитывается 115 образовательно-промышленных кластеров [6]. Диаграмма 1 иллюстрирует динамику создания кластеров с 1999 по 2017 гг.

Динамика формирования образовательно-промышленных кластеров на территории РФ с 1999 по 2017 гг.(составлено автором на основе данных <http://cluster.hse.ru/clusters/>)

Обращает на себя внимание факт активного прироста ОПК в период 2012–2016 гг. Это связано с объявленным в начале 2012 г. конкурсом по отбору пилотных программ развития инновационных территориальных кластеров. Причем в рамках процедуры конкурсного отбора учитывались следующие группы (блоки) критериев: научно-технологический и образовательный потенциал кластера; производственный потенциал кластера; качество жизни и уровень развития транспортной, энергетической, инженерной и жилищной инфраструктуры территории базирования кластера; уровень организационного развития кластера [3]. Как мы видим, кластер рассматривается в первую очередь как экономический инструмент повышения эффективности управления регионом, однако важную роль в процессе оценки кластера играет также его образовательный и научный потенциал.

По мысли М. Портера, кластер представляет собой организационную форму консолидации усилий заинтересованных сторон, направленных на достижение конкурентных преимуществ, в условиях становления «постиндустриальной экономики» [4]. Достаточно емкое определение образовательно-промышленного кластера дано Ю.А. Ахенбах, рассматривавшей кластер с экономических позиций: кластер представляет собой сетевую структуру, пронизанную горизонтальными и вертикальными связями между доминирующими участниками, предприятиями основной отрасли и обслуживающими производствами, субъектами инфраструктуры. Научно-производственная специализация определяет необходимость наличия в составе кластера, помимо промышленных предприятий и финансовых учреждений, центров обучения и инноваций, позволяющих использовать преимущества внутрифирменной иерархии и рыночного механизма и обеспечивать продвижение и коммерциализацию инноваций,

диффузию новых знаний, научных открытий и изобретений [7, с. 32]. При этом Ю.А. Ахенбах акцентирует внимание на эффекте синергии, заключающемся в совместном создании ценности, более эффективном использовании ресурсов, стимулировании инновационной активности.

На сегодняшний день характерно создание производственно-образовательных кластеров в следующих отраслях: производство машин и оборудования, информационно-коммуникационные технологии, фармацевтика, микроэлектроника и приборостроение. Диаграмма 2 иллюстрирует распределение кластеров по отраслям.

Диаграмма 2

Распределение образовательно-промышленных кластеров по отраслям промышленности (2017 г.)
(составлено автором на основе данных <http://cluster.hse.ru/clusters/>)



Помимо экономической пользы для промышленности региона, кластер как инновационная форма трехстороннего сотрудничества «вуз – работодатель – студент» создает уникальные возможности для профессионального и личностного становления обучающихся вузов в процессе их погружения в производственную среду и тесного взаимодействия с потенциальным предприятием-работодателем. Поскольку современная концепция управления персоналом признает активного, творчески развивающегося человека с уникальной системой ценностей, мотивов – основным ресурсом организации, то помимо получения знаний, развития навыков и компетенций актуальность приобретает задача создания единого смыслового пространства, команды единомышленников на предприятии, формирования культуры глубокой вовлеченности в рабочий процесс. На наш взгляд, образовательно-промышленные кластеры решают сразу ряд задач в данном направлении:

- распространение знаний;
- формирование позитивного имиджа работодателя в студенческой среде;
- всестороннее воздействие на ценностно-мотивационные смыслы обучающихся (как со стороны представителей работодателя, так и в рамках межличностного взаимодействия между обучающимися);
- формирование команд единомышленников;
- возможность связать теоретическое обучение и решение практических задач;
- осуществление планомерного отбора среди лучших, наиболее успешных студентов не только на основе результатов конкурсов, олимпиад и т.п., а также в ситуации решения реальных рабочих задач;
- создание базовых кафедр в рамках крупных предприятий для более успешной подготовки и адаптации молодых специалистов;
- формирование мотивации для дальнейшего профессионального развития по полученной специальности.

В отличие от компетентностного и знаниевого аспектов, ценностный аспект и эффективность кластеров как инструмента формирования ценностно-мотивационных смыслов молодежи не столь широко освещена в научной литературе. При этом управление на основе ценностей, формирование единой смысловой концепции в рамках организации, грамотное управление ценностно-мотивационными ориентациями персонала способны повысить показатели лояльности, вовлеченности и в значительной степени положительно повлиять на экономические показатели предприятия.

Учебная и трудовая деятельность человека, наряду с другими внешними и внутренними факторами оказывает значимое влияние на формирование ценностно-мотивационных смыслов личности. Поскольку для каждой организации характерно наличие уникальной внутренней культуры, ценностных ориентаций, то в долгосрочной перспективе гораздо более эффективным способом пополнения кадрового состава является планомерное формирование кадрового резерва из молодых специалистов в процессе научно-образовательного сотрудничества с профильными вузами, нежели внешний найм готовых специалистов.

Поскольку в условиях цифровой экономики знания быстро устаревают и образовательная система не всегда успевает оперативно реагировать на изменения соответствующей модификацией учебных программ, то при отсутствии эффективного взаимодействия «вуз – работодатель – студент» знания, компетенции и ценности, полученные исключительно в вузе, будут не актуальны на момент трудоустройства выпускника. Молодежь как особенно восприимчивая социальная группа, в значительной степени подвержена влиянию внешней среды. Поэтому нахождение в производственной среде, близость к бизнесу, возможность окунуться в рабочую и организационную атмосферу предприятия способны оказать существенное влияние на формирование ценностно-мотивационных смыслов будущего работника.

Список литературы

1. Материалы Заседания Совета по науке и образованию 23 июня 2014 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/45962> (дата обращения: 11.02.2018).
2. Методика расчета показателей мониторинга эффективности образовательных организаций высшего образования 2017 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://stat.miccedu.ru/info/monitoring16/LO-27-05vn.pdf> (дата обращения: 11.02.2018).
3. Пилотные инновационные территориальные кластеры в Российской Федерации /Под ред. Л.М. Гохберга, А.Е. Шадрина. Москва : Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», 2013.
4. Портер М. Конкуренция: Пер.с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. 608 с.
5. Потемкин В.К. Управление персоналом: Учебник для вузов / В.К. Потемкин. СПб.: Северо-Западный институт повышения квалификации ФНС России, 2013. 775 с.
6. Российская кластерная обсерватория [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cluster.hse.ru/clusters/> (дата обращения: 11.02.2018).
7. Сироткина Н.В. Научно-производственные кластеры: теория и практика управления российскими регионами: Монография / Н.В.Сироткина, Ю.А. Ахенбах; Институт менеджмента, маркетинга и финансов. Воронеж: Изд.-полигр. центр «Научная книга», 2012. 533 с.

УДК 331

Гильдингерш Марина Григорьевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ АНТИКРИЗИСНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности антикризисного управления персоналом как составной части антикризисного регулирования организации. Особое внимание уделяется сущности антикризисного управления персоналом, а также соблюдению общих принципов управления, носящих социально-экономическую и этическую направленность, и частных принципов, которые могут быть использованы в процессе управления персоналом

преимущественно в условиях конкретного этапа жизнедеятельности организации (предкризисное состояние, выход из кризиса).

Ключевые слова: управление персоналом, кадровая политика, антикризисное управление, организационная культура, социально-психологический климат.

Gildingersh Marina, G.

Saint-Petersburg State University of Economics

ANTI-RECESSIONARY PERSONNEL MANAGEMENT AS AN INTEGRAL PART OF ANTI-CRISIS REGULATION

Abstract. In the article features of anti-recessionary personnel management as a component of anti-crisis regulation of the organization are considered. Particular attention is paid to the essence of crisis management of personnel, as well as compliance with general principles of management, which are of socio-economic and ethical focus, and private principles that can be used in the process of personnel management primarily in the context of a specific stage of the organization's life (pre-crisis state, exit from crisis).

Keywords: personnel management, personnel policy, crisis management, organizational culture, socio-psychological climate.

Антикризисное регулирование – это сложный и трудоемкий процесс, который требует тщательной разработки, быстрого реагирования и немедленного внедрения. Антикризисное управление персоналом является составной частью антикризисного регулирования, поскольку именно благодаря людям организация существует.

Любая организация состоит из людей, которые выполняют определенные функции. И независимо от сферы деятельности организации управление персоналом имеет первостепенное значение. Без надлежащим образом отобранных, расставленных и профессионально подготовленных людских ресурсов ни одна организация не сможет достичь своих целей и выжить.

Но, тем не менее, в случае несостоятельности предприятия и переживания им кризиса обычно основное внимание уделяется финансовым и правовым механизмам, используемым в рамках антикризисного управления.

В отношении персонала, как правило, проводится единственное мероприятие – сокращение штата с целью уменьшения затрат на персонал. Однако все признают ценность и важность собственно человеческого ресурса и значимость его вклада в успех деятельности организации.

При этом практика показывает, что часто, когда организация находится в тяжелых условиях финансовой нестабильности, вопросы управления персоналом в системе приоритетов выбора действующих антикризисных механизмов уходят на последнее место. В особенности страдают вопросы контроля за системой управления персоналом.

Управление персоналом – это совокупность целенаправленных действий руководящего состава организации, включающих определение потребности в персонале в соответствии с целью и возможностями организации; планирование работы с персоналом (привлечение, отбор, подбор и высвобождение); рас-

становку и распределение персонала, его использование; исследование и оценку персонала; ротацию персонала, движение в системе управления, траекторию карьеры; развитие персонала, повышение квалификации, образования, компетенции, накопление опыта; мотивацию и стимулирование персонала, создание благоприятных условий для эффективной деятельности.

Антикризисное управление персоналом предполагает не только формальную организацию работы с персоналом (планирование, отбор, подбор, расстановку и т.п.), но и совокупность факторов социально-психологического, нравственного характера – демократический стиль управления, заботливое отношение к нуждам человека, учет его индивидуальных особенностей и пр.

Система антикризисного управления персоналом представляет собой совокупность подсистем общего и линейного руководства, ряд функциональных подсистем, специализирующихся на выполнении однородных функций и связей между ними.

Концепция антикризисного управления персоналом побуждает руководителей организации обращать особое внимание на стратегические, перспективные направления работы с персоналом. Важным стратегическим направлением системы антикризисного управления персоналом является эффективное применение кадрового маркетинга. Это обеспечивается рядом способов:

- поиском перспективных студентов уже с младших курсов вузов и колледжей, которым предоставляется возможность работы в организации в период каникул, выплаты стипендий за счет ее ресурсов, помощь в прохождении производственной практики, в подготовке и защите дипломных работ;
- сотрудничеством с государственной службой занятости;
- использованием частных фирм в подборе и подготовке менеджеров и другого персонала;
- взаимодействием с организациями, осуществляющими лизинг персонала, т.е. командируемых временно работников «напрокат»;
- организацией прогностических исследований по проблемам подготовки и переподготовки квалифицированных работников организации.

Другим стратегическим направлением антикризисного управления персоналом являются разработка и совершенствование профессиограмм, т.е. определение комплекса качеств, которыми должен обладать сотрудник, претендующий на данную должность. В основе профессиограмм, или моделей должностей, лежит учет будущих профессии, которые могут возникнуть в связи с ориентацией организации на новую стратегию развития.

Стратегической задачей антикризисного управления персоналом является также формирование надлежащей организационной культуры предприятия. Овладение новейшими управленческими технологиями невозможно без освоения основ организационно-культурного подхода, дающего общее понимание процессов функционирования и развития различных типов организаций с учетом психологических и социально-экономических механизмов поведения людей в условиях сложных кризисных ситуаций.

Одним из элементов антикризисного управления персоналом является антикризисная кадровая политика. Антикризисная кадровая политика включает деятельность по долгосрочному, среднесрочному и текущему прогнозированию, научному предвидению будущего, реальностей его достижения [1, с. 19].

Антикризисная кадровая политика управления персоналом должна быть реалистичной, созидательной, ориентированной на устойчивое развитие организации, на привлечение к работе людей, профессионально подготовленных, предприимчивых, с новаторскими задатками.

Важной чертой антикризисной политики является ее комплексность, базирующаяся на единстве целей, принципов и методов работы с персоналом, учитывающей различные аспекты регулирования управленческих процессов (экономические, социальные, социально-психологические, административные и нравственные и др.).

Сущностной чертой антикризисной кадровой политики управления является ее рациональность и превентивность, носящие упреждающий и опережающий характер, направленный на предотвращение кризисных ситуаций и преодоление трудовых конфликтов (рис. 1).



Рис. 1. Основные черты антикризисной кадровой политики

Черты антикризисной кадровой политики носят относительно обособленный характер. В деятельности кадровых менеджеров, линейных руководителей, специалистов и органов управления они пересекаются, интегрируются и образуют системную целостность.

Одной из теоретических проблем современного менеджмента является определение принципов антикризисного управления персоналом. Решить эту проблему возможно при выявлении и формулировании общих принципов управления, носящих социально-экономическую и этическую направленность, и частных принципов, которые могут быть использованы в процессе управления персоналом преимущественно в условиях конкретного этапа жизнедеятельности организации (предкризисное состояние, выход из кризиса) [2, с. 147].

К группе общих принципов антикризисного управления персоналом можно отнести следующие принципы:

- системность;
- равные возможности;
- уважение человека и его достоинства;
- командное единство;
- горизонтальное сотрудничество;
- правовая и социальная защищенность.

Рассмотрим частные принципы, которые могут применяться преимущественно в условиях конкретных ситуаций. К этой группе можно отнести следующие основные принципы:

- учет долгосрочной перспективы организации;
- интеграция и сплоченность коллектива;
- участие сотрудников в принятии решений;
- опора на профессиональное ядро кадрового потенциала;
- соблюдение баланса интересов руководителей и подчиненных;
- сотрудничество с профсоюзами и общественностью.

Принцип учета долгосрочной перспективы организации. Реализация требований этого принципа предполагает осуществление стратегического прогнозирования и планирования развития организации. Стратегический прогноз должен дать ответы на вопросы: сколько работников, какой квалификации, когда, на каких этапах и при каких обстоятельствах будут использованы? Стратегическое прогнозирование и планирование будут эффективными, если включить их в общую систему прогнозирования и планирования развития организации.

Принцип интеграции и сплоченности коллектива. Реализация этого принципа возможна при воспитании коллектива в духе корпоративной, солидарной ответственности и понимания того факта, что личная судьба каждого зависит от выживания организации, от правильно выбранной стратегии развития.

Принцип участия сотрудников в принятии решений. В преуспевающих международных компаниях многие важные решения принимаются на особых заседаниях, открытых для широкого круга работников. Такое участие предупреждает сопротивление персонала организационным и технологическим нововведениям, способствует не только взаимопониманию менеджеров и рядовых работников, но и повышению производительности труда.

Принцип опоры на профессиональное ядро кадрового потенциала. Ядро кадрового потенциала представляет собой совокупность способностей работников организации, которые обеспечивают ей стратегическое преимущество на

рынках товаров, услуг и знаний. Эти способности присущи организационной системе предприятия, а не отдельным выдающимся работникам. Они служат долговременной основой для разработки и принятия стратегически важных решений, обеспечивающих эволюцию организационной системы и ее адаптацию к меняющимся условиям внешней среды.

Принцип соблюдения баланса интересов руководителей и подчиненных. В преуспевающих международных компаниях большую роль отводят сбору информации о вовлечении персонала в решение корпоративных задач и др.

Полученная информация помогает более оперативно выявлять возникшие проблемы и обобщать предложения по их эффективному решению.

Принципы сотрудничества с профсоюзами и общественностью. Менеджеры и предприниматели ведущих фирм стремятся к установлению отношений сотрудничества с местным сообществом, учитывают их справедливые требования, откликаются на их просьбы, строго соблюдают законы и правовые акты.

Перечисленные принципы, как общие, так и частные действуют эффективно тогда, когда они взаимодействуют и дополняют друг друга, будучи интегрированными в целостную систему.

Подводя итог, следует сказать, что важным фактором вывода организации из кризиса является системный подход к управлению персоналом, который реализуется в распределении функций и полномочий, в выборе принципов антикризисного управления, в разработке новой кадровой политики и принятию эффективных кадровых решений.

Список литературы

1. Гильдингерш М.Г. Теория и практика кадровой политики государства и организаций: Учеб. пособие. СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2015. 119 с.
2. Антикризисное управление человеческими ресурсами: Учеб. пособие / Под ред. Н.А. Горелова. СПб: Питер, 2010. 432 с.

УДК 331.222

Калабина Елена Георгиевна
Уральский государственный
экономический университет,
Екатеринбург

ВЫБОР МОДЕЛИ БЕНЕФИТНОЙ ПРОГРАММЫ В ОРГАНИЗАЦИИ (ПРАКТИКИ УРАЛЬСКИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПАНИЙ)

Аннотация. В работе рассматриваются вопросы выбора модели бенефитной программы в организации и базовые правила построения компенсационной политики на примере группы уральских промышленных компаний. Проведена классификация элементов бенефит-

ной программы, включая обязательные и замещающие, дополняющие и стимулирующие. Отличием проведенного исследования от большинства известных является определение специфики конструирования элементов общего вознаграждения сотрудников в российских промышленных компаниях. Выделены наиболее значимые социальные льготы и бенефиты для различных категорий персонала в зависимости от дохода, пола, возраста и статусных позиций. Проведен сравнительный анализ моделей бенефитных программ в российской практике. Охарактеризованы и раскрыты модели гибких бенефитных программ, включая стержневую, минифлексную, модель неограниченного выбора, опционную модель. Особое внимание уделено моделированию бенефитных программ и обоснованию выбора базовой модели с учётом изменения внешних и внутренних условий деятельности для крупных промышленных компаний. Разработаны рекомендации по моделированию бенефитной программы в организации, учитывающей интересы и ожидания сотрудников и работодателя.

Ключевые слова: гибкая бенефитная программа, политика в области оплаты труда, промышленная компания.

Kalabina Elena, G.

Ural State University of Economics, Ekaterinburg

SELECTION OF THE MODEL OF THE BENEFIT PROGRAM IN ORGANIZATION (THE PRACTICE OF URAL INDUSTRIAL COMPANIES)

Abstract. The paper addresses the issues of model selection benefit not of a program of the organization and basic rules for the construction of a countervailing policy on the example of Ural industrial companies. The classification of elements of the benefit program, including mandatory and substitute, complementary and stimulating. The difference of the conducted research from the most well-known is the definition of the design specifics of the elements of the total remuneration of employees in Russian industrial companies. The most significant social benefits and benefits for different categories of personnel depending on income, sex, age and status positions are allocated. The comparative analysis of models of benefit programs in the Russian practice is carried out. Described and disclosed model is flexible benefits if programs, including core, miniflex, model unlimited choice, optional model. Particular attention is paid to the modelling of benefit programs and the rationale for the choice of the basic model, taking into account changes in the external and internal conditions of large industrial companies. Recommendations on modelling of the benefit program in the organization considering interests and expectations of employees and the employer are developed.

Keywords: a flexible benefit program, policy in the field of compensation, the industrial company.

Разработка эффективной бенефитной программы является одной из стратегических задач управления человеческими ресурсами. Очевидно, что одним из направлений построения компенсационной политики промышленных компаний является прогрессивная организация системы оплаты труда, направленная на создание у сотрудника чувства уверенности и защищенности, востребованности и мотивации. Однако система стимулирования включает и другие инструменты, способствующие повышению эффективности трудовой деятельности сотрудника, воплощаемые как в материальном, так и нематериальном формате, в частности построение бенефитных программ [2]. Бенефитная программа – понятие, означающее совокупность льгот, компенсаций и различных выплат сотрудникам компании, предусмотренных как действующим трудовым законодательством и допол-

нительно предлагаемых компанией (социальный пакет), так и денежное вознаграждение сотрудника, выражающееся в фиксированной и переменной форме.

Развитие различных моделей бенефитных программ опирается, по нашему мнению, на концепцию стратегического управления человеческими ресурсами, акцентирующей внимание на необходимости интегрирования всех функциональных стратегий компаний и содержащей два различных методологических подхода к построению управленческих практик – жесткий и гибкий (иногда называемый мягким) подходы.

Жесткий подход к управлению человеческими ресурсами, основанный на количественном и измерительном аспектах управления численностью сотрудников, осуществляется теми же «рациональными» методами, какие применяются к любому другому виду экономических ресурсов и способствующих созданию дополнительной ценности компании. Фокус направлен на удовлетворении экономических интересов работодателя, согласующихся со стратегией организации в целом, на создании дополнительной ценности труда и потребности в сильной корпоративной культуре, выраженной в миссии и ценностях организации и подкрепленной процессами коммуникации, обучения и управления эффективностью труда.

Гибкий подход к управлению человеческими ресурсами разработан представителями школы человеческих отношений, основанной на исследованиях внутренних коммуникации, мотивации и лидерстве. Согласно данному подходу, предписано относиться к сотрудникам как к ценным активам, создающим конкурентное преимущество за счет своей приверженности (high commitment), адаптивности, навыков, умения эффективно работать и с помощью вовлечения их в процесс создания благоприятных условий для общения, обмена информацией, формирования атмосферы доверия. Кроме того, гибкий подход к управлению человеческими ресурсами допускает рассмотрение тех случаев, когда работодатели стремятся достичь результатов при сегментации сотрудников с учетом степени приверженности, стажа работы или принадлежности к той или иной группе. Центром внимания является «взаимность» – убежденность в том, что интересы работодателей и работников в компании могут и должны совпадать. Признаются, что основная цель при стратегическом выборе управленческих практик в организации (тщательно планируемого или самопроизвольно формирующегося) связана с достижением организационной эффективности, следовательно, с неизбежно связана с результатами деятельности фирмы. Так, по мнению П. Боксала, стратегия разработки управленческих практик внутри организации направлена на выбор в плоскостях:

- 1) выбор, играющий специфическую роль в поддержании жизнеспособности компании (выбор между «жизнью и смертью»);
- 2) выбор, отвечающий за устойчивые различия в бизнес-результатах [1, с. 61].

Уникальное сочетание стратегических решений в области управления человеческими ресурсами для каждой организации (включая целеполагание и средства достижения) достигается с учетом контекстуальных и процессуальных аспектов ее деятельности (в частности, рассмотрение кратко- и среднесрочной

перспективы, поддержка менеджмента низшего звена, преодоление сопротивления изменениям, климата недоверия).

Тренд сегодняшнего времени в области компенсационного менеджмента конструирование гибких бенефитных программ для сотрудников (flexible benefits). Компании уделяют все больше внимания этому элементу системы вознаграждения сотрудников, представляющему собой стоимость человеческих ресурсов без видимой выгоды от данных инвестиций. Однако стоит заметить, что применение гибких бенефитных программ осложняется разноречивостью ожиданий и обязательств сторон – сотрудников и работодателя.

Варианты взаимных ожиданий и обязательств между сотрудниками и работодателями при построении системы вознаграждения представлены в табл. 1.

Таблица 1

Варианты взаимных ожиданий и обязательств при построении системы вознаграждения в организации

Высокая оплата – низкие обязательства «Наемные убийцы»	Высокая оплата – высокие обязательства Культовые отношения
Низкая оплата – низкие обязательства Сотрудники как товар	Низкая оплата – высокие обязательства Семейные отношения

Гибкие бенефитные программы позволяют перевести стратегию компании в область практики для осуществления определенных задач – улучшения деятельности компании и повышение качества менеджмента, формирование чувства справедливости как гарантированное честное отношение к сотрудникам, умение быть открытым и понимающим, согласованности как подчинение общим нормам, стандартам, правилам, действующему законодательству и т.д.

Систематизация исследований в области бенефитных программ позволила нам сформулировать правила их моделирования:

- Правило внутреннего выравнивания, устанавливающее различия в оплате разных типов и уровней знаний, умений и работы сотрудников внутри одной организации;
- Правило внешней конкурентоспособности, определяющее суммарную величину вознаграждения сотрудников по сравнению с конкурентами, использование различных формы вознаграждения;
- Правило оценки вклада сотрудников в общий результат, детерминирующее повышения оплаты в связи с индивидуальной и/или коллективной эффективностью, с опытом, и/или обучением, с личными потребностями, с изменениями стоимости жизни или эффективностью структурного подразделения;
- Правило прозрачности управления системой вознаграждения, определяющее степень открытости и прозрачности для сотрудников решений по оплате труда [3].

Ключевые вопросы в области моделирования бенефитных программ состоят в следующем: дополняют ли бенефиты стратегию развития компании и влияют ли на рост эффективности? Влияет ли предоставление льгот работникам на способность организации привлекать, удерживать и мотивировать работников? Как добиться ожидаемых результатов деятельности сотрудников организации?

Национальная специфика моделирования бенефитных программ в российских промышленных компаниях находит проявление в следующих особенностях:

- доминирование моносонических рынков труда приводит к тому, что оплата труда и занятость устанавливаются на низком уровне, поднять уровень вознаграждения без сокращения занятости можно лишь при помощи государственных мер регулирования, как следствие, наличие большого числа гарантий для российских работников в трудовом законодательстве;
- потребительские предпочтения российских сотрудников ориентированы на текущее потребление, что в условиях недоверия к государству, неопределенности реформирования пенсионной системы, высокой скрытой инфляции детерминирует интерес к повышению оплаты труда, жертвуя неопределенными пенсионными выплатами в будущем;
- массовость явлений и слабость механизмов контроля привели к частичному отказу от соблюдения предусмотренных законодательством гарантий в определенных сегментах рынка;
- конкуренция за сотрудников ведется при помощи корпоративных бенефитных программ, более гибких и учитывающих реальную экономическую ситуацию, а нарушение законных трудовых прав работников сопровождается предоставлением частных внутрифирменных привилегий, при этом чистая текущая стоимость корпоративных льгот может оказаться даже выше, чем чистая текущая стоимость замещаемых ими законодательных гарантий;
- недостаточный мониторинг локальных рынков труда и информационная непрозрачность сопровождаются необходимостью узнавания потребностей отдельных групп сотрудников, оценки ими субъективной важности предлагаемой льготы и альтернативы «рост заработной платы – предоставление льготы». Работодатели идут двумя путями: либо вводят ограничение, вплоть до полного отказа, практики предоставления бенефитов, либо решение о перечне и размере бенефитов принимается работодателем самостоятельно и субъективно, как результат, отсутствие действительно значимых выплат, так и наличие маловостребованных;
- российские промышленные компании вынуждены предоставлять дорогостоящие блага, удовлетворяющие базовые потребности работников и членов их семей [4].

В ходе эмпирического анализа бенефитных программ по группе уральских промышленных компаниях были определены следующие модели гибких бенефитных программ (flexible benefits):

- стержневая модель обеспечивает набор основных стандартизированных льгот и бенефитов для всех сотрудников промышленной компании, а затем предлагается некоторая сумма («виртуальный кошелек») для приобретения дополнительных выгод. Применение данной модели требует проведения углубленного анализа для правильного расчета затрат на покрытие гибкой бенефитной программы для сотрудников компании;
- минифлексная модель является модификацией стержневой модели, предоставляет лишь перечень основных бенефитов, а сэкономленная разность между стоимостью основного пакета льгот и бенефитов помещается в виртуальный банк. Каждый сотрудник получает в кредит определенную сумму денежных средств, позволяющую купить и дополнить разнообразные типы бенефитов. Данная модель обеспечивает наилучшие возможности для сдерживания роста издержек на реализацию социальных программ;
- модель неограниченного выбора означает, что каждому сотруднику предоставляется кредит на определенную сумму и устанавливается расценка на все предлагаемые бенефиты. Сотрудник сам соотносит имеющуюся у него сумму средств со стоимостью выбранных бенефитов, при этом отсутствует понятие базовых (основных) выгод. Недостатком является серьезная опасность смещения представлений и оценки сотрудников о лучших выгодах (отказ от страхования жизни чреват высокими издержками в дальнейшем для работодателя). Модель не учитывает издержек, которые несет промышленная компания, предоставляя выгоды, предусмотренные требованиями государства;
- опционная модель состоит из опций, пакетов льгот и бенефитов (flexible benefits), каждая из которых включает в себя бенефиты одного типа, но предлагаются различные варианты их покрытия. Достоинство данной модели является относительная простота и удобство в управлении, а к недостаткам скорее относится создание условий для неблагоприятного выбора (селекции), когда льготы выбирают только те работники, которые имеют в ней наибольшую потребность, а другие, не пользующиеся этой льготой, никогда ее не выбирают.

Список литературы

1. *Армстронг М.* Практика управления человеческими ресурсами. СПб.: Питер, 2009.
2. Заработная плата в России: эволюция и дифференциация: Монография / Под ред. *В.Е. Гимпельсона, Р.И. Капелюшниковой.* М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2008. 575 с.
3. *Калабина Е.Г.* Эволюция системы отношений «работник – работодатель» в экономической организации. Екатеринбург: Изд-во Института экономики Уральского отделения РАН, 2011. 437с.

4. *Стукен Т.Ю.* Корпоративный социальный пакет: теория и российская практика – // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2004. №4. С. 68–73.

УДК 338

Коробова Ольга Олеговна
Ивановский государственный университет

АУТСОРСИНГ В ОБЛАСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ: ОБУЧЕНИЕ И РАЗВИТИЕ СОТРУДНИКОВ

Аннотация. Статья раскрывает содержание понятия «аутсорсинг» и «кадровый аутсорсинг». Представлены основные виды аутсорсинга. Автором приводится анализ востребованности услуг аутсорсинга предприятиями сферы услуг города Иваново. Обосновывается мысль о том, что обучение сотрудников, как функция управления персоналом намного эффективнее будет реализована с применением аутсорсинга. Приводится описание методов активного обучения персонала. В статье говорится, что индустрия аутсорсинга в регионах пока развита слабо, но если государство будет осуществлять поддержку развития аутсорсинговых услуг, а предприниматели малого и среднего бизнеса будут использовать данную практику, то проблема эффективного управления на региональном уровне будет решена. Рассмотрены основные этапы процесса принятия решения о переходе на аутсорсинг обучения и развития. В заключение описываются возможные эффекты в социально-экономической сфере региона за счет развития индустрии аутсорсинга.

Ключевые слова: аутсорсинг, кадровый аутсорсинг, аутсорсер, управление персоналом, активное обучение, технологии управления.

Korobova Olga, O.
Ivanovo State University

OUTSOURCING IN THE FIELD OF PERSONNEL MANAGEMENT: TRAINING AND DEVELOPMENT OF EMPLOYEES

Abstract. The article reveals the content of the concept outsourcing and HR outsourcing. The main types of outsourcing. The author provides an analysis of demand for outsourcing services by enterprises of the services sector in the city of Ivanovo. Substantiates the idea that the training of employees, as HR is much more efficient implemented with the use of outsourcing. Describes the methods of active teaching staff. The article says that the outsourcing industry in the regions are poorly developed, but if the government will support the development of outsourcing services and entrepreneurs of small and medium business will use this practice, the problem of effective management at the regional level will be solved. Describes the main stages of the decision-making process about outsourcing. In conclusion, the paper describes the possible effects of the socio-economic sphere of the region due to the development of the outsourcing industry.

Keywords: outracing, HR outsourcing, outsourcing, personnel management, active learning, technology management.

На современном этапе в условиях цифровой экономики одной из передовых технологий управления является аутсорсинг. Понятие аутсорсинга уже более 15 лет присутствует на российском рынке, однако индустрия аутсорсинга внутри страны развита пока слабо, и осуществляется в основном за счет самоорганизации бизнеса. Сегодня в России идет становление так называемой «цифровой экономики», экономической деятельности основанной на цифровых

технологиях, что обеспечивает возможность бизнес коммуникаций, обмена идеями и конечно реализации аутсорсинга. Перспективность данной технологии, как на мировом рынке, так и на рынке нашей страны неоспорима, необходимо лишь заинтересованное участие и поддержка государства и государственных институтов развития.

Аутсорсинг представляет собой некую форму сотрудничества между предприятиями (организациями), когда одна фирма (заказчик) передает внешнему исполнителю (аутсорсеру) на выполнение некоторые функции, связанные с информационными технологиями, кадрами, бухгалтерией и т.д. В научной литературе присутствует огромное количество видов и типов аутсорсинга. Это основной и вспомогательный; эндогенный и экзогенный; гомогенный и гетерогенный; максимальный и выборочный; инновационный и рутинный; формальный и реальный. Такое многообразие видов аутсорсинга, дает понять возможную степень его применения.

В зависимости от вида деятельности аутсорсинг можно подразделить на бухгалтерский, IT-аутсорсинг, аутсорсинг персонала, юридический, логистический (транспортный), промышленный (производственный). Использование любого из вышеперечисленных видов аутсорсинга возможно, если оплата услуг сторонней компании будет выгодней содержания собственного отдела, вследствие чего компания снизит затраты, сократит численность персонала, сконцентрируется на основной деятельности, получит более высокое качество и разделит ответственность.

Особое место на рынке услуг занимает кадровый аутсорсинг, он является залогом современного менеджмента. Внедрение инновационных кадровых технологий гарантирует любой организации решение ряда управленческих проблем и повышение эффективности управления.

Кадровый аутсорсинг представляет собой передачу на исполнение функций по управлению персоналом сторонней организации (специалистам в сфере HR-менеджмента). Сегодня на российском рынке услуг очень часто в руки привлеченных специалистов отдают рекрутинг, т.к. если подбором персонала занимаются сторонние менеджеры – это существенно экономит время штатным руководителям. В меньшей степени на аутсорсинг передается такая функция управления персоналом, как обучение и развитие сотрудников, хотя проблема внедрять новые методики и осваивать дополнительные знания существует во многих организациях. Сегодня, в период трансформации бизнеса и общества, любая компания заинтересована в компетентных сотрудниках, в непрерывном обучении персонала и в повышении кадрового потенциала компании в целом.

Определим востребованность аутсорсинга на рынке сферы услуг города Иваново. В 2017 году нами было проведено исследование, с помощью метода эмпирического уровня, по выявлению слабых и сильных сторон в деятельности предприятий сферы услуг. Проводилось анкетирование посетителей гостиниц и ресторанов города Иваново, а именно 2-х отелей (ООО «Гостиничный комплекс «Турист», Отель «Кумир») и 2-х предприятий общественного питания (ООО «Спорт Бар», ресторан «ANTONIO»).

В опросе участвовало 400 человек (100 клиентов каждой организации сферы услуг), из них 43% женщин и 57% мужчин. Кроме полового деления все респонденты были разделены по возрастному признаку, а так же уровню образования. 50% опрошенных имеют высшее образование, а категории «от 20 до 30 лет» и «от 30 до 40» по 25%. В основном портрет респондентов представляет собой деловых людей с высшим образованием всех возрастов.

Анкета представляла собой опросник из 11 вопросов, один из которых является основанием для принятия решения по поводу применения такой передовой технологии управления персоналом, как аутсорсинг в области обучения и развития сотрудников (табл. 1).

Таблица 1

**Результаты ответов на вопрос:
«Сотрудники способны компетентно предоставлять услугу?»**

Предприятие сферы услуг	Варианты ответов, %		
	Всегда	Редко	Никогда
ООО «Гостиничный комплекс «Турист»	96	3	1
ООО «Спорт-Бар»	63	23	14
Ресторан «ANTONIO» («АНТОНИО»)	80	19	1
Отель «Кумир»	57	35	8

Анализируя результаты анкетирования, можно отметить достаточно высокий профессиональный уровень сотрудников предприятий услуг города Иваново. ООО «Гостиничный комплекс «Турист» и Ресторан «ANTONIO» имеют высокие показатели, 96% и 80% респондентов всегда удовлетворены профессионализмом сотрудников. Ниже показатели ООО «Спорт-Бар» и Отель «Кумир», это 63% и 57%, что говорит о случаях предоставления некачественных услуг персоналом организации. Важно отметить, что столбик с вариантом ответа «Никогда» мог бы быть нулевым, но, к сожалению, присутствует отрицательная статистика в виде 8% и 14%.

Делая вывод, можно отметить, что, по мнению анкетированных, половина организаций обладает профессионально компетентными специалистами, а вторая половина лишь стремится к высокому уровню профессионализма своих сотрудников. Как отмечают авторы Верма А., Махаматалиев Б.Х., «требование к непрерывному обучению и самосовершенствованию объяснено тем, что полученное профессиональное образование не достаточно и все время должно быть актуализировано в связи с изменяющимися условиями окружающей среды, изменениями в требованиях клиентов, а также улучшением технологий обслуживания в отелях. По этой причине гостиницы должны уделять большое внимание для подготовки и переквалификации персонала на постоянной основе, а также реализовывать курсы с целью повышения квалификации работников» [1].

Развитие человеческих ресурсов, их эффективное распределение, обучение персонала дает возможность любой современной организации конкурировать

вать и занимать новые более выгодные позиции на рынке услуг. Предприятия малого и среднего бизнеса в регионах не могут позволить себе содержание отдела по развитию персонала, во многих организациях нет даже сотрудника по организации данной функции. В большинстве случаев на практике сотрудник отдела кадров планирует и организует повышение квалификации персонала, не используя такие методы активного обучения как тренинги, программное обучение, компьютерное обучение, деловые и ролевые игры, поведенческое моделирование, разбор практических ситуаций, баскет-метод, развивающее консультирование (коучинг).

Стратегии, применяемые ивановскими гостиницами, в основном направлены на завоевание рыночной доли, совершенствование гостиничного продукта и его дифференциацию, повышение потребительского спроса за счет взаимодействия цена-качество, продвижения торговой марки, внедрение новых форм управления, включая франчайзинг и контракты на управление, электронных каналов сбыта гостиничных услуг [4, с. 138].

Фокусируя все свои силы на основной деятельности региональные бизнес-структуры должны рассмотреть возможность передачи полностью или частично функции по кадровому обеспечению сторонней организации, а именно обучение и развитие сотрудников. Трансформация современности предполагает наличие высокопрофессионального сотрудника, ориентированного на новый уровень знаний, знаний высокотехнологического сектора экономики. Развитие и обучение сотрудника посредством аутсорсинговых компаний будет осуществляться высококлассными специалистами с применением инновационных технологий.

Развитие персонала с точки зрения кадрового менеджмента – это система организационно-экономических мероприятий, включающих:

- выработку стратегии;
- прогнозирование и планирование потребности в персонале;
- профессиональное обучение;
- переподготовку и повышение квалификации персонала;
- планирование деловой карьеры;
- ротацию кадров;
- работу с кадровым резервом;
- организацию адаптации;
- формирование корпоративной культуры [2, с. 135].

Аутсорсер качественно и в кратчайшие сроки осуществляет все необходимые мероприятия по развитию сотрудников, избавляя организацию-заказчика от выполнения непрофильных функций. Аутсорсинговая компания, предоставляя услуги HR-аутсорсинга, оказывает клиентам профессиональную поддержку высокого уровня, обеспечивая бесперебойную работу объектов инфраструктуры или отдельных систем на основании договора о сотрудничестве. Важнейшее условие HR-аутсорсинга (передача части функций по управлению персоналом) – компетентность компании-аутсорсера.

Необходимость применения современной технологии управления в регионах очевидна, хотя рынок аутсорсинговых услуг сформировался еще не пол-

ностью, а предприниматели боятся перейти на такой формат работы, т.к. результат может оказаться непредвиденным. Чтобы этого не произошло, важно понять, какую выгоду от аутсорсинга ожидаете вы.

Процесс принятия решения о передаче каких-либо операций по аутсорсингу для предприятий сферы услуг проходит четыре этапа:

1. Оценка собственных возможностей компании.
2. Оценка возможности поставщиков.
3. Подготовка решения.
4. Принятие решения [3, с. 37].

На первом этапе компании необходимо проанализировать собственные возможные затраты на обучение и развитие персонала, рассмотреть возможности фирмы, которые проявляются в обладании компанией теми или иными ресурсами, необходимыми для практического применения активных методов обучения. Второй этап предполагает исследование ситуации на региональном рынке аутсорсинговых услуг, анализ возможностей поставщиков с помощью интернет информации. Кроме анализа финансовых отчетов потенциальных поставщиков, оценки качества их услуг, необходимо провести оценку их репутации. Большое значение в ходе анализа имеют корпоративная культура и уровень образования обслуживающего персонала. Третий этап – сравнение внутренних и внешних возможностей для подготовки принятия решения. Обычно высокая прибыльность предполагает соответствующий высокий уровень риска. В соответствии с концепцией альтернативной стоимости затраты по проекту, передаваемому фирме-заказчику на аутсорсинг, должны быть меньше стоимости реализации проекта собственными силами. На завершающем этапе на основе результатов анализа и сопоставления всех плюсов и минусов предприниматель принимает решение о заключении контракта с аутсорсинговым предприятием, предлагающим более выгодные условия.

Для глубокого проникновения передовой технологии управления в регионы необходимо участие государственных органов. Если государство будет осуществлять поддержку развития индустрии аутсорсинга, то уже в ближайшие годы можно получить конкретные эффекты в социально-экономической сфере, а именно:

- повышение качества предоставляемых услуг населению;
- повышение эффективности деятельности предприятий за счет снижения затрат;
- увеличение компаний, предоставляющих услуги аутсорсинга;
- увеличение компетентных сотрудников в сфере деятельности, основанной на цифровых технологиях.

Список литературы

1. Верма А., Махамадалиев Б.Х. Управление и развитие персонала в сфере гостиничного бизнеса. Экономика и современный менеджмент: теория и практика: Сб. ст. по матер. LXXIII междунар. науч.-практ. конф. №5(67). Новосибирск: СибАК, 2017. С. 42–45.
2. Берендеева А.Б., Коробова О.О. Управление персоналом организации: Учеб. пособие. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2015. 312 с.

3. *Коробова О.О.* Аутсорсинг в сфере услуг: сущность, оценка экономической эффективности / Региональная экономика и потребительский рынок: современное состояние и тенденции развития: Сб. ст. по матер. науч.-практ. конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова в рамках Второго межрегионального экономического форума с международным участием, посвященного 110-летию РЭУ им. Г.В. Плеханова «Плехановская весна». 2017. С. 36–39.

4. *Коробова О.О.* Стратегические направления развития гостиничного сервиса города Иваново. Региональная экономика и потребительский рынок: современное состояние и тенденции развития. Сб. матер. науч.-практ. конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова в рамках Межрегионального форума «Перспективы развития регионального потребительского рынка». 2016. С. 136–140.

УДК 331.1

Кудрявцева Елена Игоревна
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», Санкт-Петербург

КОМПАНИЯ КАК ПОТРЕБИТЕЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА РАБОТНИКОВ

Аннотация. Предлагаемое исследование посвящено проблеме изучения интеллектуального потенциала работников. Анализу подвергнуто применение интеллектуального потенциала в деятельности организации. Автор предлагает методику, с помощью которой можно оценить интеллектуальный потенциал работников. Этот анализ основан на оценке содержания проектных предложений, которые работники адресуют руководству компаний. Был проведен расчет характеристик проектных предложений, и эти характеристики были сопоставлены с должностями работников. Проведен сравнительный анализ использования интеллектуального потенциала работников двух компаний. Одна компания относится к телекоммуникационному сегменту, другая представляет многопрофильный ретейл. Обнаружено, что между компаниями существуют выраженные различия в структуре интеллектуального потенциала их работников. Каждая компания предъявляет особые требования к работникам линейного и среднего менеджмента. Эти требования отличают одну компанию от другой. Также внутри каждой компании были обнаружены различия по требованиям, предъявляемым к работникам разных уровней менеджмента. Установленные различия позволили оценить баланс распределения характеристик интеллектуального потенциала работников в компании в зависимости от уровня их должностей. Обнаружены зоны интеллектуального ресурса и зоны дефицита интеллектуального потенциала.

Исследование вносит вклад как в методологию оценки интеллектуального потенциала работников, так и в практику управления персоналом, предлагая критерий оценки соответствия работника требованиям должности в конкретной компании.

Ключевые слова: интеллектуальный потенциал, интеллектуальный капитал, интеллектуальный продукт, проектное предложение, организационный контекст.

Kudriavtseva Elena, I.
National Research University
Higher School of Economics, Saint Petersburg

COMPANY AS CONSUMER OF INTELLECTUAL POTENTIAL OF EMPLOYEES

Abstract. The offered research is devoted to a problem of studying of intellectual potential of employees. Use of intellectual potential in the organization practice is subjected to the analysis. The author offers a technique by means of which it is possible to estimate intellectual potential. This analysis is based on assessment of contents of project proposals which employees address to the management of the companies. Calculation of characteristics of project proposals has been carried out, and these characteristics have been compared with positions of workers. The comparative analysis of use of intellectual potential of employees of two companies is carried out. One company treats a telecommunication segment, another represents a retail. It is revealed that between the companies there are expressed differences in structure of intellectual potential of their employees. Each company imposes special requirements to employees of linear and average management. These requirements distinguish one company from another. Also in each company distinctions according to requirements imposed to employees of different levels of management have been found. The established distinctions have allowed estimating balance of distribution of characteristics of intellectual potential of workers of the companies depending on the level of their positions. Zones of an intellectual resource and a zone of deficiency of intellectual potential are found.

The research makes a contribution as in methodology of assessment of intellectual potential of employees, and in practice of human resource management, offering criterion for evaluation of compliance of the employees to requirements of a position in the concrete company.

Keywords: intellectual potential, intellectual capital, intellectual product, project proposal, organizational context.

В современном научном дискурсе проблема интеллектуального потенциала персонала занимает одну из ведущих позиций по интенсивности обсуждения среди вопросов, связанных с поиском источников эффективности компаний. Эта интенсивность связана с потребностью выявления и оценки источников интеллектуального капитала, полагаемого в качестве основного фактора развития конкурентоспособности организации [7].

Несмотря на общее признание данного тезиса, вопрос о соотношении интеллектуального потенциала и интеллектуального капитала организаций остается открытым. Во-первых, интеллектуальный потенциал и интеллектуальный капитал как концепты не имеют единых определений. Скорее речь может идти об общепризнанных рамках, позволяющих очертить границы этих понятий, но не в полной мере структурируют их содержание. Во-вторых, в вопросе о соотношении соответствующих понятий и стоящих за ними явлений также отсутствует договоренность, так как интеллектуальный потенциал рассматривается то как предиктор интеллектуального капитала [3], то как его источник [1], то как его компонент [4]. В-третьих, интеллектуальный потенциал как явление принадлежит конкретному человеку или группе людей, а интеллектуальный капитал является характеристикой организации и во многом определяет ее стоимость. Описывая взаимосвязь и взаимозависимость обсуждаемых понятий, исследования обозначают проблемы зависимости исчисляемых характеристик интеллектуального потенциала от орга-

низационных особенностей, прежде всего – характера деятельности (коммерческий, некоммерческий или публичный сектор) [9] и вида бизнеса [5], в то время как в целом стоит противоположная исследовательская задача – определить зависимость интеллектуального капитала от интеллектуального потенциала.

Указанные обстоятельства свидетельствуют о том, что необходимы исследования, позволяющие выделить компоненты интеллектуального капитала, формируемые именно за счет реализации интеллектуального потенциала персонала. Следует уточнить, какие характеристики организации, объективные факторы и особенности организационного контекста оказывают влияние на характер интеллектуального потенциала персонала и способы его применения.

Представляемое исследование посвящено вопросу применения интеллектуального потенциала персонала в решении актуальных задач организации. Цель исследования – выявление особенностей применения интеллектуального потенциала работников в организациях различных видов бизнеса. Особенностью дизайна исследования является сравнение показателей интеллектуального потенциала работников, полученных в сходных условиях.

Во-первых, выбраны две организации, близкие по организационной структуре и масштабу: федеральная телекоммуникационная компания и крупный продовольственный ретейлер, представленные на территории всей страны. Компании имеют сходную управленческую структуру, ориентированную на дивизиональный территориальный принцип управления.

Во-вторых, данные получены в рамках типовой HR-интервенции, направленной на активизацию проявления интеллектуального потенциала в ходе проектной деятельности. Компании активно развивают вовлеченность работников через стимулирование проектных предложений с их стороны и оказание поддержки в реализации проектов.

В-третьих, в обеих компаниях в исследовании приняли участие работники, имеющие сходные характеристики. Они относятся к уровню линейного и среднего менеджмента, что позволяет провести адекватные параллели, подтверждаемые общностью возраста, объема профессионального опыта и типа внутриорганизационной карьеры. В исследовании приняли участие 120 работников телекоммуникационной компании и 105 работников сетевой торговой компании.

Проекты, представленные к рассмотрению топ-менеджменту компаний, были оценены с точки зрения их содержания: проблемы, на решение которой направлен проект, характера и масштаба бизнес-процесса, изменяемого проектом, потребности в реструктуризации ресурсов и особых инвестициях. Используются методы построения причинных карт, контент-анализа и экспертной оценки. Полученные данные позволили произвести соотнесение характеристик представленных проектов и функциональных обязанностей работников, их разработавших. Были рассчитаны показатели интеллектуального потенциала работников компании относительно требований к этим работникам со стороны компании с использованием авторской методики, апробированной ранее [2]. Данный подход вносит вклад в развитие методологии оценки компонентов интеллектуального капитала, заключенного в интеллектуальном продукте, оформленном в решениях, создающих новые стоимости.

Результаты исследования позволяют сделать ряд выводов.

Во-первых, выявлены особенности интеллектуального потенциала работников компаний, представляющих линейный и средний менеджмент этих компаний. Определены основные когнитивные модели, лежащие в основе формирования проектов и определяющие их направленность, масштаб и предполагаемые эффекты. Установлено, что набор этих моделей не зависит от организационного фактора и может рассматриваться как основание для оценки интеллектуального потенциала работника в широком спектре должностей.

Во-вторых, установлено, что характер бизнеса компании существенно влияет на требования к интеллектуальному потенциалу персонала как по уровню, так и по содержанию. Обнаружены качественные и количественные различия показателей интеллектуального потенциала работников двух компаний, занимающих должности одного уровня. Этот результат позволяет утверждать, что особенности интеллектуального потенциала персонала обусловлены организационным фактором, прежде всего – видом бизнеса организации.

В-третьих, сравнение относительных показателей интеллектуального потенциала персонала двух различающихся организаций, позволяет оценить сбалансированность интеллектуального потенциала работников разных управленческих уровней в каждой компании. В телекоммуникационной компании обнаружен источник нереализованного интеллектуального потенциала, расположенный в зоне линейного менеджмента, а в компании-ритейлере на том же линейном уровне обнаружена зона дефицита интеллектуального потенциала. Полученные данные могут служить одним из объяснений оттока квалифицированного персонала в одной компании и удержания персонала в другой.

Результаты настоящего исследования подтверждают влияние организационного контекста на требования к интеллектуальному потенциалу работников, продолжая линию ранее опубликованных исследований [6; 8]. Полученные нами результаты позволяют обнаружить особенности этого влияния. Самым значимым результатом исследования является выявление модели проектного предложения, позволяющей охарактеризовать его как интеллектуальный продукт, соответствующий требованиям организации.

Список литературы

1. Журавлев В.А. Интеллектуальный потенциал креативного общества – элементы и характеристика // Креативная экономика. 2009. №8(32). С. 3–14.
2. Кудрявцева Е.И. Управленческий потенциал персонала: функции против институций. СПб.: Социально-гуманитарное знание, 2015. С. 196.
3. M'Pherson Ph., Pike S. Accounting, empirical management and intellectual capital // Journal of Intellectual Capital. 2001. Vol. 2. No. 3, pp. 246–260.
4. Petty R., Guthrie J. Intellectual Capital: Literature Review. Measurement, reporting and management // Journal of Intellectual Capital. 2000. Vol. 1. Number 2. 2000, pp. 155–176.
5. Roos G., Pike S., Fernstrom L. Managing intellectual capital in practice. – NY: Butterworth-Heinemann, 2005. 387 p.
6. Pyke S., Rylander A., Roos G. Intellectual capital management and disclosure // In Choo C.W. & Bontis N. (Eds.). The Strategic management of intellectual capital and organizational knowledge. NY: Oxford University Press, 2002. 487 p.
7. Stewart T.A. Intellectual Capital: The new wealth of organization. 1st Edition. NY: Crown Business, 1998. 320 p.

8. Vale J., Branco M.C., Ribeiro J. Individual intellectual capital versus collective intellectual capital in a meta-organization // Journal of Intellectual Capital. 2016. Vol. 17. Issue 2, pp. 279–297.

9. Veltri S., Bronzetti G. A Critical analysis of the intellectual capital measuring, managing, and reporting practices in the non-profit sector: Lessons learnt from a case study // Journal of business ethics. 2015. Vol. 131, pp. 305–318.

УДК 005.591.43:331.101.64

Ледовская Мария Евгеньевна
Роздольская Ирина Владимировна
Белгородский университет кооперации,
экономики и права

**АУТСОРСИНГ ПЕРСОНАЛА
КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ПРОЦЕССОВ HR-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ
НА ЭТАПЕ КАДРОВЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ**

Аннотация. Изложен теоретический материал по проблеме использования аутсорсинга персонала как одного из эффективных инструментов управления.

Результатом проведенного исследования стало определение содержательного поля аутсорсинга персонала и выявление наиболее актуальных и значимых направлений и сфер применения аутсорсинга.

При исследовании аутсорсинга персонала применяется традиционный подход и новые возможности. Обращено внимание на разновидность функционального аутсорсинга, которым выступает развитие управленческого консультирования как одного из методов развития организации.

Показано, что для предприятий, где имеются процессы и задачи, решение которых требуется только периодически, целесообразно осуществлять подбор временного персонала в режиме аутсорсинга. Путем анализа теоретического материала обобщены подходы к HR-аутсорсингу, представлены преимущества и этапы HR-администрирования.

Прикладной аспект исследуемой проблемы может быть реализован в организационном управлении на современных предприятиях.

Ключевые слова: аутсорсинг, аутсорсинг персонала, аутсорсинг временного персонала, HR-администрирование, HR-аутсорсинг.

Ledovskaya Maria, E.
Rozdolskaya Irina, V.
Belgorod University of Cooperation,
Economics and Law

**PERSONNEL OUTSOURCING
AS A TOOL OF IMPROVING THE EFFICIENCY
OF HR-ADMINISTRATION PROCESSES
AT THE STAGE OF STAFF TRANSFORMATIONS**

Abstract. Theoretical material on a problem of use of outsourcing of personnel as one of effective instruments of management is stated.

Definition of the substantial field of outsourcing of personnel and identification of the most relevant and significant directions and scopes of outsourcing became result of the conducted research.

At a research of outsourcing of personnel traditional approach and new opportunities is applied. The attention to a kind of functional outsourcing as which development of administrative consultation as one of methods of development of the organization acts is paid.

It is shown that for the enterprises where there are processes and tasks which solution is required only periodically, it is expedient to carry out selection of temporary personnel in the outsourcing mode. By the analysis of theoretical material approaches to HR outsourcing are generalized, advantages and stages of HR administration are presented.

The applied aspect of the studied problem can be realized in organizational management at the modern enterprises.

Keywords: outsourcing, personnel outsourcing, outsourcing of temporary personnel, HR administration, HR outsourcing.

В современном экономическом пространстве аутсорсинг, представляя собой часть стратегии управления компанией, может успешно реализоваться в различных сферах деятельности [1; 2; 3].

Одним из актуальных направлений кадрового бизнеса на этапе качественных изменений экономики выступает аутсорсинг персонала, эффективное использование которого направлено на довольно успешное решение нехватки квалифицированных сотрудников, что в конечном итоге целесообразно для повышения инновационного потенциала и конкурентоспособности предприятия.

Дословно в переводе с английского аутсорсинг обозначает «внешний источник». На практике применение услуг аутсорсинга персонала в бизнесе предполагает передачу некоторых функций предприятия на долгосрочной основе внешнему исполнителю, обладающему профессиональными сотрудниками, компетенцией в заданной области и качественным менеджментом.

Аутсорсинг кадров для работодателя решает довольно широкий круг задач, беря на себя выполнение вспомогательных функций, при этом никаким образом не оказывая влияния на ведение дел. Содержание аутсорсинговой компании состоит в том, чтобы деликатно встроиться в процесс основного производства и поддержать работу отдельных систем.

Главное отличие аутсорсинга от приобретения разовой услуги во внешней компании, на которое следует обратить внимание, состоит в долгосрочности работы сотрудника. Главной целью его работы является решение ежедневных проблем.

Более широкое понимание применения аутсорсинга персонала состоит в передаче сторонним организациям любых функций, вплоть до управления организацией.

Взаимодействуя с аутсорсинговыми компаниями, можно обеспечить:

- снижение затрат на обеспечение деятельности компании и заработную плату работников;
- заметное освобождение от большого количества бумажной работы, ведения кадрового учета, начисления налогов на зарплату и прочее;

- получить профессиональную, компетентную информацию, с учетом актуальных передовых изменений, без затрат на обучение персонала;
- высвободить внутренние ресурсы для профильных процессов.

Когда возникает необходимость осуществления краткосрочного проекта, а также в случае выполнения различного рода сезонных работ или когда нет возможности или желания увеличивать штатный состав для подбора команды зачастую обращаются к компаниям, предоставляющим услуги аутсорсинга персонала.

На рис. 1 нами представлены направления и сферы применения аутсорсинга.

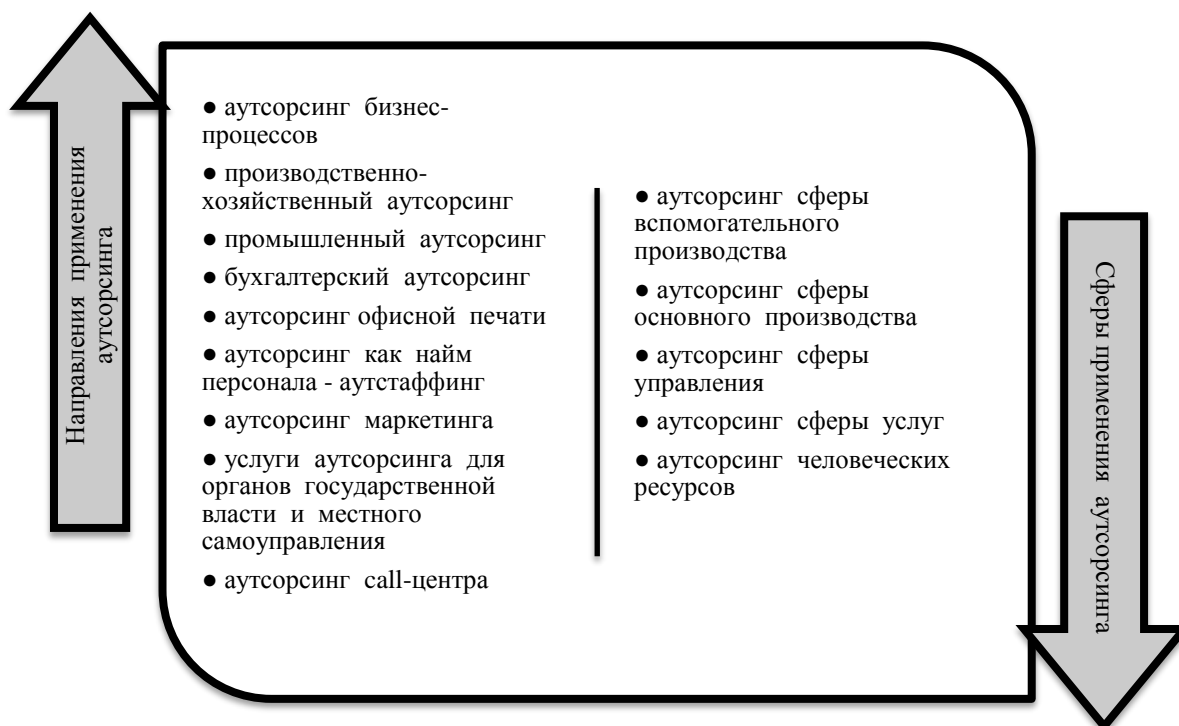


Рис. 1. Направления и сферы применения аутсорсинга

Следует обратить внимание на аутсорсинг временного персонала, рассматриваемый в ряде случаев как оптимальный выход, в частности если требуется замена сотрудника, находящегося в длительном отпуске или отсутствующего по болезни. Однако, в первую очередь, аутсорсинг персонала рассматривается как возможность передачи аутсорсеру функций по подбору и найму персонала на долгосрочной основе.

Кадровый потенциал аутсорсинга довольно широк, на него можно отдать практически любые функции.

Совершенно очевидно, что аутсорсинг персонала очень удобен и выгоден и поэтому завоевал популярность в процессе видения бизнеса.

Аутсорсинг второстепенных функций фирмы позволяет сосредоточиться на выполнении действительно важных задач, не затрачивая времени и сил на посторонние дела.

Обращаясь к аутсорсеру, компания избавляет себя от необходимости искать, набирать и обучать сотрудников, постоянно контролировать и следить за качеством их работы – все эти обязанности берет на себя аутсорсинговая фирма, заказчик только обозначает задачу.

С этих позиций аутсорсинг персонала – это значительная экономия денежных средств, так как «арендованные» сотрудники не состоят в штате компании-заказчика, им не нужно платить отпускные и премии, обеспечивать социальный пакет и предоставлять все те привилегии, которыми обладают штатные сотрудники. В отношении этих временных работников компания не несет никакой ответственности.

В качестве факторов, влияющих на стоимость услуг кадрового аутсорсинга, можно выделить такие, как: специализация и квалификация сотрудников, срок временного найма, продолжительность рабочего дня, количество требуемых работников, гражданство и внешность(в отдельных случаях).

Аутсорсинг (аренда персонала) – это идеальный инструмент, который помогает решать текущие задачи на начальном этапе организации работы и экономия времени и финансов.

Аутсорсинг персонала поможет бизнесу выйти на новый этап развития, так как предоставляет возможность сконцентрироваться на бизнесе, а не решать проблему подбора необходимых кадров.

Ведущие аутсорсинговые компании работают в различных направлениях: производство, гостиничный бизнес, предприятия общественного питания, торговые сети, склады и распределительные центры и др.

Разновидностью функционального аутсорсинга выступает развитие управленческого консультирования как одного из методов развития организации.

Компании разных форматов и сегментов рынка, представляющие малый, средний и крупный бизнес, по-разному используют возможности HR-аутсорсинга.

Следует заметить, что в зависимости от размера компании, стратегии ее развития и стиля управления отличаются потребности в аутсорсинге процессов HR-администрирования. Также важную роль играют внутрикорпоративная культура, регион, индустрия, которые зачастую уникальны для конкретного бизнеса.

В современных условиях рынок HR-услуг чаще всего предлагает ряд стандартных продуктов, сформированных из различных элементов процессов: подбора персонала; кадрового администрирования; расчета и выплаты заработной платы; повышения личной и командной эффективности.

Немаловажными аргументами в пользу аутсорсинга в HR-администрировании являются: повышение гибкости компании в условиях сезонных пиков и спадов производственных объемов, сокращения или наращивания мощностей, перевода подразделений в другие регионы; снижение бизнес-рисков (вопросы техники безопасности, объемы проверок регулирующими органами, Co-Engagement и т. п.); снижение общей стоимости управления процессом.

Преимущества HR-администрирования представлены нами на рис. 2.

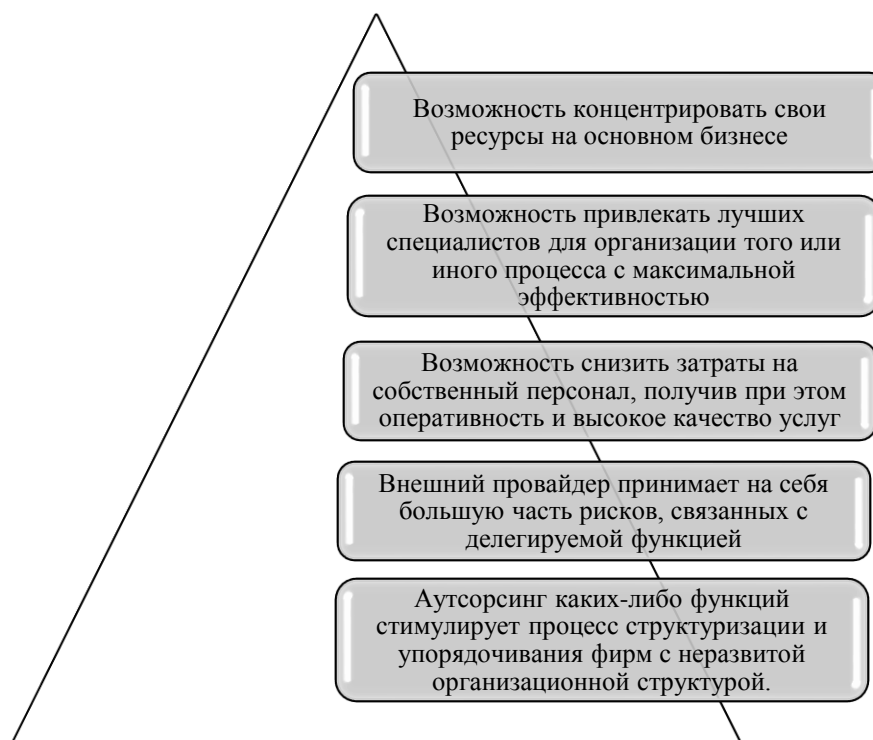


Рис. 2. Преимущества HR-администрирования

HR-администрирование как макропроцесс можно описать в виде определенного цикла (рис. 3).

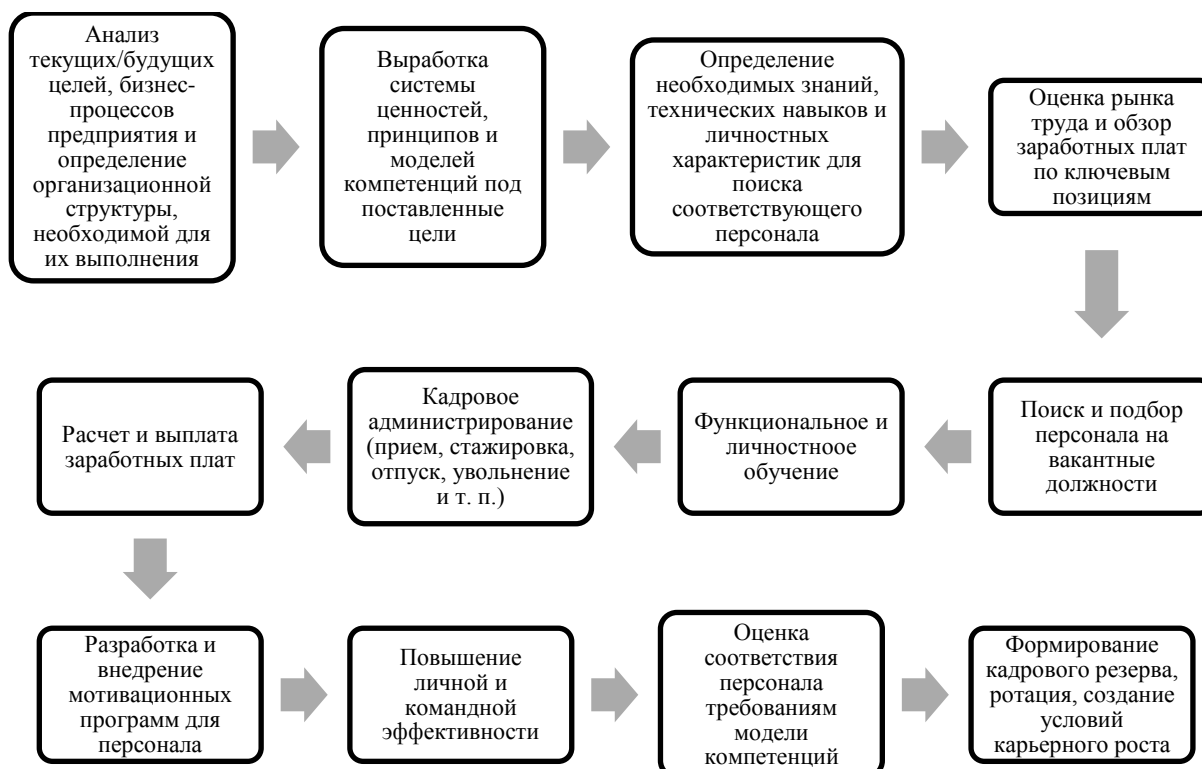


Рис. 3. Этапы HR-администрирования как макропроцесса

Таким образом, аутсорсинг персонала – это реальная возможность подобрать опытный персонал, не прилагая особых усилий труда и не осуществляя лишние затраты.

Список литературы

1. Борисов О.Е. Гносеология развития практического аутсорсинга как формы разделения труда // Российское предпринимательство. 2016. Т. 17. С. 1915–1924.
2. Макринова Е.И., Трунова С.Е. Стратегия аутсорсинга в системе маркетинга // Terra Economicus. 2012. Т. 5. №3-3. С. 171.
3. Немыкин Д.Н., Ледовская И.И., Тарасова К.В., Немыкин А.Н. Возможности использования аутсорсинга в процессе проведения маркетинговых исследований // Экономика и предпринимательство. 2015. №11-2(64-2). С. 1100–1104.

УДК 331.1

Леонова Ольга Геннадьевна
Государственный университет
морского и речного флота
им. адмирала С.О. Макарова,
Санкт-Петербург

МЕРЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В статье изложены основные факторы, обуславливающие необходимость совершенствования методов мотивации профессорско-преподавательского состава образовательной организации. Актуальность работы обусловлена значимостью эффективного использования и подготовки трудовых ресурсов, реализации имеющегося кадрового потенциала.

Ключевые слова: высшее образование, профессорско-преподавательский состав, методы мотивации, моральная мотивация, материальная мотиваций, учебная деятельность, управление кадрами.

Leonova Olga, G.
State University of Maritime and Inland Shipping
named Admiral Makarov, Saint-Petersburg

MEASURES OF MOTIVATION OF WORK OF THE FACULTY OF THE EDUCATIONAL ORGANIZATION

Abstract. The article describes the main factors that determine the need to improve the methods of motivation of the faculty of the educational organization. The relevance of work is caused by the importance of effective use and preparation of a manpower, realization of the available personnel potential.

Keywords: higher education, faculty, methods of motivation, moral motivation, material motivation, educational activity, personnel management.

Краеугольным камнем эффективной работы сотрудников любой организации является мотивация. Так как именно от мотивации зависит, совпадают ли цели и задачи конкретной личности со стратегиями и миссией организации. А результаты работы организации в свою очередь зависят от того, чтобы каждое ее звено «смотрело в одну сторону» и разделяло общие цели и задачи, прикладывая к этому максимальные усилия.

Вечным вопросом, над которым борются и наука и практика, остается, как заставить сотрудников любой организации работать с максимальными усилиями для достижения конкретных запланированных результатов? На этот вопрос можно ответить по-разному: особенности психики, воспитания и менталитета, а также жизненные обстоятельства, в которых оказывается человек.

В условиях рыночных отношений материальная мотивация преобладает над моральной, но и значимость моральной мотивации нельзя недооценивать. При этом я полагаю, что, не смотря на отличительные особенности личностей, в отдельных сферах, например в социальной, значимость моральной мотивации имеет больший эффект, чем например, для финансового сектора экономики. Но это все не значит, что люди, выбравшие организации социальной направленности, не нуждаются в достойной заработной плате. Это не так, потому что работа социальной направленности, общение с людьми и решение их проблем, требует больше затрачиваемых ресурсов, тем более в образовательной деятельности.

Высшее образование является главным вектором развития общества, так как основное внимание сосредоточено на понимании человека как основного ресурса развития. Всестороннее развитие личности обеспечивает творческую его составляющую, заключающуюся в способности к формированию новых знаний, навыков и умений, принятию обоснованных нестандартных решений. Именно за развитие личности обучающегося несет ответственность преподаватель, который ее формирует.

Работа преподавателя сложна в силу того, что предусматривает несколько видов работ: учебно-воспитательную, учебно-методическую и научную, постоянную работу над совершенствованием своих знаний, навыков и умений. Профессорско-преподавательский состав осуществляет все виды вышеприведенных работ, но один из них преобладает помимо личностного роста.

В общем контексте образовательной организации, преобладающей должна быть учебно-воспитательная работа, а учебно-методическая и научная – вспомогательными видами работ. Согласно Федеральному закону об образовании в Российской Федерации научные работники образовательной организации обязаны:

- 1) формировать у обучающихся профессиональные качества по избранной профессии, специальности или направлению подготовки;
- 2) развивать у обучающихся самостоятельность, инициативу, творческие способности [1].

Прикладные научные исследования должны стать зоной ответственности специализированных научных организаций, численность которых в настоящее время растет, в связи с наличием Правительственных программ по развитию и поддержке науки в Российской Федерации. Эти организации, как правило, создаются под конкретные цели и задачи государства и бизнеса. Фундаменталь-

ные научные исследования являются неотъемлемой частью Университета, так как обеспечивают его устойчивость.

Основной функцией Университета является подготовка высококвалифицированных кадров на основе фундаментальных научных исследований. Поэтому наличие и развитие фундаментальной науки оказывает влияние на деятельность Университета, но должно быть второстепеннее процессов учебной деятельности.

Основным критерием качества обучения и образования должна выступать не научная работа педагога, а учебная его деятельность, с которой связана в большей степени методическая работа, чем научная. А у нас, к сожалению, основным критерием оценки качества образования и квалификации педагога, а соответственно и его заработной платы, выступает научная деятельность, выраженная в росте индекса цитируемости и количестве публикаций. В настоящее время публикационная активность связана напрямую с коммерцией и осуществляется из собственных средств преподавателя. Доля бесплатных публикаций крайне мала, так как требования к этому виду публикации гораздо выше, и времени затрачивается соответственно больше.

Правовой статус педагогического работника связан со свободой выражения своего мнения, свободой от вмешательства в профессиональную деятельность, свободой выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания. Значимость этого аспекта тоже теряется по причине растущего административного аппарата высшей школы на всех уровнях управления, который пытается унифицировать деятельность профессорско-педагогического состава.

Чрезмерное обилие «спущенных бумаг» указывает, на то, что на них надо отреагировать и отчитаться для этого набирают административный персонал, доля которого в отличие от профессорско-преподавательского состава растет в организациях высшего образования. Административный персонал разрабатывает новые формы, по которым оценивает качество и уровень обеспеченности учебного процесса. Разработанные формы заполняет профессорско-преподавательский состав, при этом время на эту работу сотрудник берет из своей основной трудовой функции – учебного процесса.

Настолько быстрое изменение стандартов образования и документов, регулирующих его качество, приводит к негативным последствиям, от которых страдает система высшего образования.

Для осуществления своей деятельности на высоком профессиональном уровне необходимо постоянное развитие людей, осуществляющих педагогическую деятельность. При этом ответственность за развитие личностных и профессиональных качеств должен нести не только преподаватель, но и образовательная организация, в которой он работает. В настоящее время эта работа в большей степени переложена на плечи преподавателя.

На мой взгляд, необходимо больше уделять внимания учебным процессам, начиная со студента. Чтобы стимулировать внимание сотрудников к учебным процессам, необходимо привязать методы мотивации к рейтинговой системе преподавания. Похожие системы материального стимулирования применяются в Высшей школе, когда по итогам года проводится независимое голосо-

вание студентов, выявляются лучшие преподаватели по разным номинациям, и им начисляются премии или месячные индивидуальные надбавки.

Исходя из компетентного подхода к формированию личностных качеств студента, преподаватель должен обладать всеми компетенциями, которые стремится сформировать у обучающихся. Поэтому деятельность администрации образовательной организации должна быть направлена на обеспечение возможности личностного и профессионального роста преподавателя, заинтересованности его в вовлечении в учебном процессе, достижении конкретных результатов у обучающихся. На рис. 1 представлены предлагаемые меры моральной и материальной мотивации труда профессорско-преподавательского состава образовательной организации высшего образования.



Рис. 1. Меры моральной и материальной мотивации труда профессорско-преподавательского состава образовательной организации высшего образования

Исходной базой для оценки качества оказываемых услуг образовательной организацией должен стать не критерий цитируемости и количества научных трудов преподавателей, а результаты их обучающихся.

Проведение ежегодных конкурсов сотрудников организации обеспечит повышение качества выполняемой ими учебной работы, признание и престиж со стороны обучающихся. Различные номинации позволят реализовать творческую составляющую работы преподавателя.

Стажировки в профильных организациях по направлениям подготовки обучающихся, совместные проекты как внутри страны, так и за рубежом необходимы для развития научной деятельности, передачи накопленного опыта, по-

вышения уровня знаний и навыков преподавателей, которыми они потом поделятся со своими воспитанниками и коллегами.

Прохождение стажировок в профильных организациях поддержит связь между бизнесом и образовательной организацией. Это позволит решить вопросы повышения квалификации сотрудников, понимания спроса рынка труда, обеспечит поддержку проведения студенческих практик и стажировок. В идеале надо стремиться к тому, чтобы студентов уже ждали после обучения в местах прохождения практик, что также простимулирует их интерес к учебе и получению новых знаний, навыков и умений.

Повышение квалификации в области инновационных методик обучения, психологии и педагогики, иностранных языков необходимо для осуществления профессиональной деятельности на качественно новом уровне. Так как основной задачей обучения является воспитательная функция личности, то умение найти индивидуальный подход к каждому обучающемуся, является наиглавнейшей задачей преподавания. Стать для обучающегося авторитетом – сложная задача для педагога, которая невозможна без специальной подготовки в этой области.

Наличие социальной защищенности сотрудника косвенно влияет на процессы обучения, но обеспечивает интерес к работодателю и выполняемой работе.

Факторы материальной мотивации, безусловно, играют ключевую роль в формировании интереса работника к конкретному труду и мнения об оценке этого труда.

К материальным методам мотивации предлагается дифференцированный подход к оценке деятельности педагогов обучающимися высшего учебного заведения. Предлагается разработать систему надбавок за конкретные результаты обучающихся:

- ежемесячные надбавки за рейтинги преподавателей по номинациям на год (открытое голосование обучающихся);
- материальные поощрения за достижения обучающихся под руководством педагога.

Необходимо также оставить материальные поощрения за достижения в различных видах деятельности – эффективный контракт. Условия содержания эффективного контракта и его реализацию оставить в зоне ответственности образовательной организации. Администрация высших учебных заведений, заинтересованная в высоких показателях профессорско-преподавательского состава в учебно-методической и научной деятельности, должна также поддерживать интерес к этой деятельности у преподавателей с помощью эффективного контракта.

Предложенный подход позволит образовательной организации за счет методов мотивации контролировать результаты всех видов работ профессорско-преподавательского состава.

Соединение функции обучения с воспитательной и научно-исследовательской функциями всегда повышает качество учебного процесса, общество получает более подготовленных специалистов-профессионалов [3].

Данные меры моральной и материальной мотивации рядовых сотрудников высших учебных заведений позволят поднять престиж образования в стране, образовательной организации, педагогической деятельности. Основным

результатом предложенных методов мотивации выступает воспитательная функция личности конкретного обучающегося, а не преподавателя. Предложенные меры повысят интерес к профессии подрастающих кадров.

В идеале критерием оценки удовлетворения своим трудом у преподавателя должно стать одно место работы в высшем учебном заведении на ставке. Большая нагрузка приводит к тому, что чем-то приходится жертвовать, что сказывается на отношении к учебному процессу и обучающимся.

Основная функция Университета заключается в воспитании, формировании личности, которая обеспечивает поддержание стабильности в обществе и увеличивает потенциал его поступательного развития за счет полученных знаний, навыков и умений в процессе обучения.

Финансирование Университета со стороны государства в сущности является в высшей степени выгодной инвестицией, потому что вложенные в университет деньги возвращаются в виде хорошо подготовленных специалистов, новых ученых, научных открытий, патентов на изобретения [3].

Таким образом, совместные усилия государства, высших учебных заведений и их сотрудников приведут к положительному эффекту, которое ждет общество.

Список литературы

1. Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ (ред. от 29.12.2017) «Об образовании в Российской Федерации». Ст. 47 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=286908&fld=134&dst=100645,0&rnd=0.25391168613168613#02324613434854783> (дата обращения: 03.02.2018).
2. Приказ Минздравсоцразвития РФ от 11.01.2011 №1н Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=112416&fld=134&dst=100000001,0&rnd=0.5469958176245209#07253323517827153> (дата обращения: 03.02.2018).
3. Томсинов В.А. Роль университета в жизни общества // Этнос и право. 2016. №1. С. 4–8.

УДК 658.3

Михайлова Эвелина Авенировна
Рыбинский государственный а
виационный технический университет
имени П.А. Соловьева

МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье рассматривается понятие организационной культуры и ее основные характеристики. Показана роль организационной культуры в деятельности современного предприятия, ее цель и функции. Предложен механизм формирования организационной культуры,

состоящий из шести этапов. Определены характеристики организационной культуры, позволяющие практически устанавливать их значения как для анализируемой, так и для будущей организационной культуры. Разработан тест для определения характеристик. Предложена методика установления расхождений между характеристиками существующей и желательной организационной культуры. Рассмотрен пример использования предложенного механизма формирования организационной культуры на одном из машиностроительных предприятий.

Ключевые слова: организационная культура, механизм формирования, характеристики организационной культуры.

Mikhailova Evelina Avenirovna
Rybinsk State Aviation Technical University
named P.A. Solovyev

THE FORMATION MECHANISM OF THE ENTERPRISE ORGANIZATIONAL CULTURE

Abstract. The article considers the concept of organizational culture and its main characteristics. The role of organizational culture in the activity of a modern enterprise, its purpose and functions is shown. The mechanism of formation of organizational culture consisting of 6 stages is offered. The characteristics of the organizational culture that allow to establish their values for both the analyzed and the future organizational culture are determined. A test was developed to determine the characteristics. A method is proposed for establishing mismatches between the characteristics of the existing and desirable organizational culture. An example of the use of the proposed mechanism for the formation of organizational culture at one of the machine-building enterprises.

Keywords: organizational culture, the mechanism of formation, characteristics of organizational culture.

В современном менеджменте организационной культуре отводится особое место. Питерс и Уотермен в своей модели «7С» организационную культуру или совместные ценности назвали комплексной переменной, от которой существенно зависят стратегия, структура, системы операций, состав кадров, их квалификация и стиль руководства предприятия или организации.

Под организационной культурой понимается система ценностей и взглядов, которые разделяют работники организации, выражающая коллективное отношение к целям организации и методам их достижения [1]. Главная цель организационной культуры – согласование интересов всех внешних и внутренних участников организации, достижение согласованности действий в разработке и реализации стратегии, определении поведения во внешней среде, решении текущих вопросов.

Можно выделить две функции, которые реализует организационная культура:

- внешняя – это приспособление организации к постоянно меняющимся условиям окружающей среды;
- внутренняя – обеспечивающая интеграцию подразделений и членов организации для реализации общих целей, определяющая способы взаимодействия людей друг с другом.

Существуют различные подходы к определению характеристик организационной культуры. Например, в качестве основных характеристик Харри Ф. и Морану Р. указывают следующие [1]:

- осознание себя и своего места в организации;
- язык общения и систему коммуникаций;
- представление себя на работе, внешний вид, одежда;
- традиции и привычки в области питания;
- отношение ко времени и его использованию;
- взаимоотношения между людьми;
- нормы и ценности;
- процесс развития работников и их обучение;
- приоритеты веры;
- трудовая этика и мотивирование.

Учитывая, что организационная культура в деятельности организации занимает очень важное место, она должна быть под постоянным контролем руководства. Возникает закономерный вопрос, что необходимо для формирования эффективной организационной культуры. Следует отметить, что в настоящее время нет четкого определения эффективности организационной культуры. В данной работе будем ориентироваться на следующее: эффективной считается такая организационная культура, которая обеспечивает достижение целей организации с учетом ее специфических особенностей, при оптимальном использовании ресурсов.

В последние годы появилось большое количество публикаций посвященных организационной культуре, особенно в рамках теории организационного поведения. Но в основном они рассматривают теоретические аспекты, не предлагая конкретных рекомендаций. В связи с этим представляет интерес разработка механизма формирования эффективной организационной культуры, максимально учитывающей особенности организации.

Предлагается следующий механизм:

- анализ существующей организационной культуры;
- определение желательной культуры, которая будет соответствовать выбранной стратегии;
- разработка мероприятий для достижения желательной организационной культуры;
- определение необходимых изменений и возможных сопротивлений сотрудников изменениям, разработка предложений по предупреждению и минимизации сопротивлений;
- реализация мероприятий по внедрению новой организационной культуры;
- контроль внедрения организационной культуры и выработка необходимых корректирующих воздействий.

Анализировать существующую организационную культуру предлагается по характеристикам, частично заимствованным из работы Еропкина А.М. [2].

1. Хорошие условия труда.
2. Простая, структурированная работа.
3. Наличие неопределенности в работе.
4. Хороший заработок.
5. Творческая работа.
6. Хорошие отношения в коллективе.
7. Наличие признания заслуг, личный авторитет.

8. Работа позволяет развивать свои способности.
9. Участие в управлении.
10. Преданность организации, заинтересованность в ее успехе.

Значение характеристик определяется по 10-балльной шкале по откорректированному тесту [2, с. 106–110], состоящему из 40 вопросов. Анализ организационной культуры был выполнен в одном из подразделений машиностроительного предприятия г. Рыбинска. Было опрошено 38 человек, что составило 77 % работающих. Наибольшие баллы были получены по характеристикам 1 и 4.

На втором этапе путем опроса руководителей установлены значения характеристик желательной организационной культуры по тому же тесту, определены разности по всем характеристикам и области наибольших рассогласований. В проведенном исследовании наибольшие рассогласования были выявлены по характеристикам 5 (творческая работа), 10 (преданность организации) и 6 (хорошие отношения в коллективе).

Для достижения желательной организационной культуры было предложено проведение мероприятий по улучшению взаимоотношений в коллективе, большей информированности персонала о перспективах развития организации, повышению ответственности работников за результат и увеличению творческого потенциала работ.

Были установлены возможные причины сопротивления изменениям такие как: опасение увеличения объема работы, недостаточная квалификация, сокращение кадров.

В результате проведенных мероприятий и повторного опроса работников был установлен рост характеристик 5, 6 и 10 организационной культуры.

В настоящее время работы по реализации разработанного механизма формирования эффективной организационной культуры продолжаются.

Список литературы

1. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство. СПб.: Питер, 2013. 352 с.
2. Еропкин А.М. Организационное поведение. М.: Доброе слово, 2006. 376 с.

УДК 331.1

Михайлова Ольга Петровна
Сороченкова Анастасия Владимировна
Оренбургский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЕМ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. В статье рассматриваются отдельные аспекты управления повышением производительности труда на промышленном предприятии. Представлено понятие производительности труда, его показатели, влияние на производительность трудовых ресурсов, способы его эффективного роста путем мотивации персонала, так как производственный потенциал предприятия в основном зависит от степени вовлеченности и компетентности персонала. Любое предприятие стремится увеличить свой производственный потенциал. Следова-

тельно, перед ним ставится задача не только не допустить снижения, но и обеспечить рост потенциала. Для успешного достижения стоящих перед предприятием целей руководителю необходимо стимулировать работников к более качественной и эффективной работе. У сотрудников должна быть достаточно развитая внутренняя мотивация, и они должны понимать, что добившись положительных результатов и увеличивая тем самым производственный потенциал предприятия, они смогут построить успешную карьеру.

Ключевые слова: персонал, производительность труда, мотивация, трудоемкость, эффективность.

**Mikhailova Olga, P.
Sorochenkova Anastasia, V.**
Orenburg State University

MANAGEMENT OF LABOR PRODUCTIVITY INCREASE ON THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

Abstract. The article deals with the management of labor productivity increase at an industrial enterprise. The concept of labor productivity, its indicators, influence on the labor productivity of the personnel, ways of its effective growth through motivation of labor resources is studied, since the production potential of the enterprise mainly depends on the activity, involvement and competence of the personnel. Any enterprise strives to increase its production potential. Therefore, the task before him is not only to prevent a decline, but also to ensure the growth of potential. To successfully achieve the goals of the company, the manager needs to encourage employees to work more efficiently and effectively. Employees should have a sufficiently developed internal motivation, and they should understand that having achieved good results, and thus increasing the production potential of the enterprise, they will be able to build a successful career.

Keywords: personnel, labor productivity, motivation, labor intensity, efficiency.

Производство каждой страны и каждой отрасли зависит от ряда факторов. Одним из важнейших факторов, влияющих на уровень производительности труда, а, следовательно, и эффективности управления производством, является состояние трудовых ресурсов (персонала) предприятия.

Трудовые ресурсы – наиболее ценная и важная часть производительных сил общества. В целом эффективность бизнеса зависит от квалификации служащих, их расстановки и использования, что влияет на объем и темпы прироста вырабатываемой продукции, использование материально-технических средств.

Все в конечном итоге зависит от персонала, от его квалификации, умения и желания работать. Именно человеческий капитал в первую очередь, а потом уже имущественный комплекс, оборудование и производственные запасы являются основными факторами повышения конкурентоспособности, экономического роста и эффективности предприятия.

Основу экономики составляет труд. Динамика труда потенциально служит всеобщим отражением экономико-социального прогресса. Но в управлении хозяйством не всегда учитывается, что труд представляет собой не просто технологический рабочий процесс, он воплощает экономику, представляя сферу отношения людей и между собой, и с природой.

Проблемы труда и управления не следует сводить лишь к совокупности организационных, технологических процессов. Это отражение отношений лю-

дей, вступающих с определенными целями и интересами в процессы разделения и кооперации труда, в конкретные производственные связи. Эти связи включают отношения производителей с внешней средой, цель которых – создание продукта для конечного потребления и дальнейшего производства (предметы труда). Эта цель достигается в процессе труда. Но в достижении этой цели просматриваются противоречивости [5].

Для изготовления продукта достаточно технико-технологических процессов производства, обеспечиваемых трудом. Однако результаты труда и всего производства не могут удовлетворить человечество, если они не совершенствуются, не изменяются к лучшему, не обеспечивают уменьшение затрат материалов и труда на единицу продукта [6].

В содержании труда находит отражение разум человека – его знания, опыт, воплощенный в новых технологиях, в более совершенной технике и более рациональной организации. Без влияния данной субъективной стороны осуществления производства невозможно достижение его цели [1].

По мнению многих исследователей, состояние производительности труда в России совершенно не соответствует требованиям рынка. Произошла существенная потеря квалифицированных кадров для ряда отраслей, в частности, в промышленности. Формирование эффективной системы управления персоналом, которая отвечала бы концепции подъема экономики предприятия, и перехода его к новому качественному состоянию, так и задаче наиболее эффективного использования трудового потенциала каждого сотрудника рассматривается как важная методологическая проблема [9].

Производительность – производство товаров, работ и услуг достаточного количества и качества в течение рабочего времени или относительно к единице времени. Первый характеризуется временными показателями, второй – количественными и стоимостными. Исходя из поставленной задачи (уровень производства), конечно, необходимо анализировать, рассчитывать и планировать как временные, количественные, так и стоимостные показатели, что в целом определяется как организация труда [1].

Показатель производительности, т.е. сумма выхода продукции на единицу вводимых факторов производства, является базовым критерием здоровья экономики.

Сущность производительности труда раскрывается через процесс труда, когда созревают условия движения человеческого общества, его стремления к новому качеству, представляющему более высокую ступень экономико-социального прогресса, прежде всего, самого труда и всего общественного производства, его производительных сил, особенно человеческих. Производительность труда характеризует экономическую эффективность трудовой деятельности работников. Основным показателем производительности труда является сумма выхода продукции на единицу вводимых факторов производства.

Отличительной особенностью производства в наше время является производство товаров, работ услуг, т.е. продуктов, необходимых обществу постольку, поскольку они имеют потребительскую стоимость.

Употребление термина «стоимость» вызвано привычкой производить «оценку», что свойственно человеческому характеру, так как в каждом из нас заключена определенная двойственность «производитель – потребитель», причем сегодня второе слово имеет, мягко говоря, довлеющее значение, поскольку уровень производства отстает от уровня потребления [8].

Очевидно, потребительская стоимость – это продукт труда, т.е. затрат рабочего времени. Разумеется, что повышение уровня производства зависит от рациональности и производительности труда. Остановимся подробнее на употребленной терминологии.

Рациональность предполагает сокращение отрицательного влияния продолжительности и неорганизованности рабочего времени на трудовые навыки, умение и способность работающего к возобновлению трудового процесса [4].

До сих пор экономическая работа на предприятиях и в организациях производится на базе временных и количественных показателей, причем, объектом такой работы является процесс производства, исходя из предпосылки, что реализация продуктов «гарантирована» как выполнение государственного заказа. Стоимостные показатели были (и остаются) в значительной степени относительными (условными) и, мягко говоря, ничего не отражают [3].

В нашей нестабильной экономической обстановке невозможно точно определить размеры фонда заработной платы, вычислить себестоимость продукции, составить смету расходов, и все хозяйственные действия приобретают характер рискованных. Таким образом, сама экономическая ситуация толкает экономическую работу на предприятиях к переходу на новые методы оценок затрат, в том числе трудовых.

Уровень технической вооруженности и производительности труда в последнее время вырос настолько, что большую часть всех затрат составляют материальные затраты, т.е. затраты овеществленного труда. Показатель трудоемкости рассчитывается по формуле:

$$T_p = \frac{PВ}{K},$$

где T_p – трудоемкость, человеко-часы; $PВ$ – рабочее время, ч; K – количество произведенной продукции, шт.

В период становления рыночных отношений экономисты занялись тщательным изучением затрат труда в целях их сопоставления. Поскольку виды труда разнообразны, необходимо было найти единый измеритель. Таким измерителем является рабочее время [5].

Важность роста производительности труда как фактора экономического развития производства объективно велика, и она не должна быть проигнорирована в практике управления промышленными предприятиями. Управление ростом производительности труда каждого работника должно плавно перетекать к управлению производительностью предприятия в целом.

Под управлением ростом производительности труда каждого работника следует понимать совокупность действий субъектов управления персоналом, направленных на увеличение отдачи от человеческих ресурсов организации.

Целью реализуемых мероприятий выступает повышение экономического эффекта использования кадров [2].

Производительность труда оценивается в тех же единицах, что и конечная продукция (табл. 1), которая, независимо от видов бизнеса, может измеряться в трех видах:

- в натуральных или условно-натуральных показателях (штуках, тоннах);
- в стоимостном (денежном) исчислении;
- в единицах затраченного труда (нормо-часах, человеко-часах) [10].

Таблица 1

Методы измерения производительности труда

№ п/п	Название метода	Описание метода
1	Натуральный	Наиболее простой и достоверный метод. Его применение обусловлено выпуском однородной продукции (монопроизводством). Дополнительная трудность – это учет изменений объемов незавершенного производства
2	Условно-натуральный	Разновидность первого метода
3	Стоимостный (денежный)	Конечная продукция измеряется в денежном эквиваленте
4	Трудовой а) через нормо-часы; б) через трудоемкость продукции	Объем в выработанной продукции измеряется в неизменных нормо-часах. Разновидность трудового метода. Рассчитывается отношением фактического объема трудовых затрат коллектива к объему продукции, произведенной за данный период

Источник: составлено авторами на основе научной статьи [10], [12].

Область применения того или иного метода зависит от целей управления. На уровне предприятия и его структурных подразделений (цехов, участков) наиболее часто применяются натуральный и трудовой методы измерения производительности труда. Иногда целесообразно сопоставить численность персонала не только с объемами продукции, но и с величиной прибыли или чистого дохода. Это даст возможность оценить уровень эффективности труда работников предприятия в целом, а не только ее промышленно-производственного персонала.

Что касается совершенствования и перестройки труда на предприятии в целях повышения производительности труда, то на современном этапе развития рыночных отношений, на предприятии обязательно должна присутствовать служба управления персоналом, и она должна выполнять более широкий круг

обязанностей – начиная от профессионального подбора кадров и заканчивая эффективной мотивацией к труду индивидуально каждого работника.

В целях повышения производительности труда на промышленном предприятии необходимо предусмотреть мероприятия по стимулированию работников и эффективной их мотивации. Пути повышения эффективности использования трудовых ресурсов представлены на рис. 1.

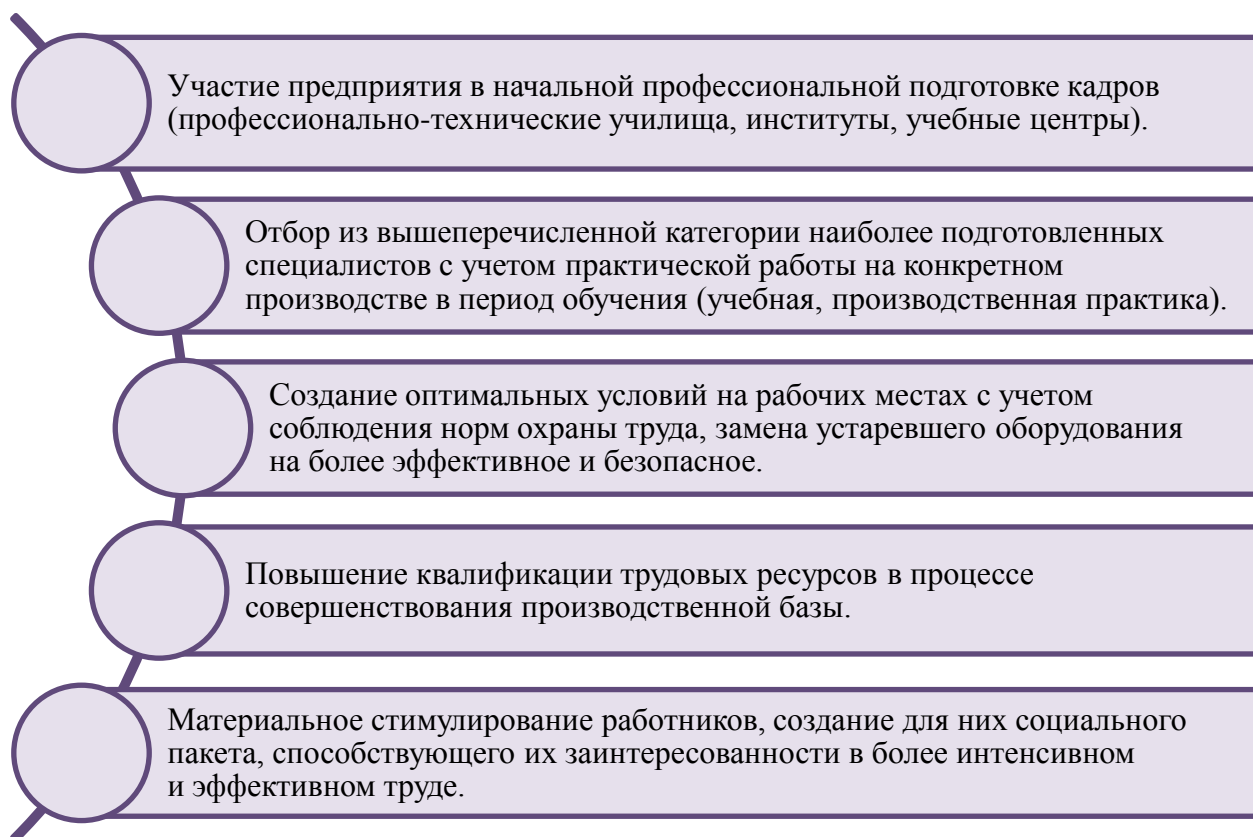


Рис. 1. Пути повышения эффективности использования трудовых ресурсов

Совершенствование организации производства и труда позволит ликвидировать или ослабить действие причин, вызывающих значительные потери рабочего времени. Борьба с потерями рабочего времени, его экономичное использование, всемерное укрепление трудовой и производственной дисциплины являются заметным резервом роста производительности труда. Повышение уровня специализации производства, в условиях которой выработка на одного работника на 10–15 % выше, расширение комбинирования и укрупнение организаций относятся к существенным факторам роста производительности труда.

Улучшению использования рабочего времени, сокращению до минимума его потерь призвана способствовать аттестация и рационализация рабочих мест. В процессе аттестации каждое рабочее место оценивается по совокупности технологических, организационно-экономических и социальных критериев, выявляются резервы использования средств производства, рабочего времени, необходимость повышения квалификации рабочих. Аттестация рабочих мест

должна часто проводиться на промышленных предприятиях, что позволит выявить наиболее способных и квалифицированных рабочих для последующего их объединения в бригады с высоким уровнем производительности труда и низкой трудоемкостью при этом.

Устойчивые темпы роста производительности труда промышленных предприятий в значительной мере связаны со стабильностью рабочих кадров. Потери, обусловленные излишней текучестью кадров на промышленных предприятиях, складываются из:

- перерывов в работе, связанных с увольнением рабочих;
- брака, допускаемого вновь принятым рабочим;
- снижения выработки у рабочих в период перед увольнением, а также в первое время работы на новом месте, когда работник приспосабливается к новым условиям, к новому составу бригады и т.д.

Причинами, вызывающими текучесть кадров на промышленных предприятиях, являются, прежде всего, низкий уровень организации производства и труда (частые переброски рабочих из бригады в бригаду, а также самих бригад с объекта на объект, неудовлетворительная организация работы, простои, неравномерная загрузка и т.п.) и, как следствие, низкий уровень заработной платы, неудовлетворенность жилищно-коммунальными условиями, морально-психологическим климатом. Из общего числа рабочих, уходящих по собственному желанию, по этим причинам увольняются не менее 30%.

Сокращению текучести на промышленных предприятиях во многом может способствовать и способствует реализация мероприятий, предусматриваемых планами социального развития, которые представляют собой важнейший инструмент управления производственным коллективом. Анализ содержания планов социального развития показывает их направленность, прежде всего на вопросы совершенствования социальной культуры коллектива, т.е. возрастание удельного веса рабочих механизированного труда, повышение квалификации отдельных рабочих, рост материального благосостояния рабочих, улучшение организации производства и условий труда. Конечным результатом мероприятий по всем этим направлениям является сокращение текучести кадров, стабильность созданных коллективов, рост производительности труда.

В значительной степени определяют уровень организации производства, результаты хозяйственной деятельности, а также степень сплоченности коллектива, его социально-экономическую характеристику – совокупность деловых, общественных и личностных качеств руководителей во всех звеньях, начиная от бригады и выше. Стабильность бригады в большей степени зависит от личности бригадира. Бригадир, обладающий способностью управлять людьми, успешно справляется с одновременным приемом в бригаду многих новых работников. Однако речь идет о массовом явлении – о типичном среднем бригадире. Нельзя не учитывать и важность такого фактора, как стабильность руководителей низовых производственных коллективов организаций. Оказалось, что в результате неподготовленной смены бригадиров (т.е. при отсутствии резерва на выдвижение) производительность труда в

бригадах численностью до 15 человек снижается на 2,5% в расчете на год. Текучесть кадров бригадиров и линейных инженерно-технических работников наносит организации значительный ущерб. Между тем, даже мероприятия, не требующие для осуществления затраты средств, позволяют сократить потери, вызываемые сменяемостью руководителей. Выдвижение на должность бригадира (вместо выбывшего) высококвалифицированного рабочего, пользующегося авторитетом, непосредственно из состава бригады, руководителем которой он назначается, позволяет обеспечить надлежащую организацию труда в бригаде и снизить потери в производительности труда. Если назначают бригадира из рабочих другой бригады или из числа вновь вступивших бригадиров, целесообразно предоставить ему возможность в течение 2–3 месяцев поработать дублером в бригаде, руководителем которой ему предстоит быть. Экономическая целесообразность такого мероприятия подтверждается простым расчетом. Так, неподготовленная смена бригадира в бригаде, насчитывающей 20 человек, даже при минимальном значении потери в производительности труда, равной 2,5% за год, означает, что коллектив утратил одного работника на целых 6 месяцев.

Таким образом, помимо мотивации и аттестации персонала необходимо, чтобы работники совершенствовали свои знания, проходили переобучение и повышение квалификации. На предприятии должна быть эффективно разработанная методика оценки персонала, позволяющая выявить слабые и сильные стороны деятельности персонала, составить план профессионального развития работников в целях повышения результативности деятельности предприятия.

Список литературы

1. *Адамчук В.В.* Экономика и социология труда / *В.В. Адамчук, О.З. Ромашов, М.Е. Сорокина*. М.: ЮНИТИ, 2009. 407 с.
2. *Бондаренко О.А.* Методы оптимизации работы с персоналом современной организации // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2014. С. 30–33.
3. *Верховцев А.В.* Вредные условия труда: бесплатное питание. М.: ИНФРА-М, 2011. 128 с.
4. *Волгин Н.А.* Экономика труда (социально-трудовые отношения) / *Н.А. Волгина, Ю.Г. Одегова*. М.: Экзамен, 2013. 736 с.
5. *Генкин Б.М.* Организация, нормирование и оплата труда на промышленных предприятиях. М.: НОРМА, 2013. 400 с.
6. *Иванова Е.И.* Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях машиностроения. М., 2015. 107 с.
7. *Калиева О.М.* Диагностика мотивационных факторов персонала предприятий розничной торговли / *О.М. Калиева, Е.Г. Кащенко, Н.В. Лужнова, Т.Ф. Мельникова, О.П. Михайлова* // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. №4-1(37). С. 45–48.
8. *Кучма М.* Оплата труда и нормирование // Человек и труд. 2013. №9. С. 75–85.
9. *Новокупова И.Н.* Оценка качества и эффективности управления предприятием и персоналом / *И.Н. Новокупова, Ш.З. Мехдиев* // Интернет-журнал Науковедение. 2016. С. 1–6.
10. *Одегов Ю.Г.* Производительность труда в системе управления персоналом / *Ю.Г. Одегов, Г.Г. Руденко* // М.: Рос. экон. акад. им. Г.В. Плеханова, 2013. С. 51–52.

11. Тиньков С.А. Оценка динамики и движения персонала предприятия / С.А. Тиньков, О.В. Еременко, Ю.А. Самсоненко // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2017. С. 1–3.

12. Труфанова Т.А. Проблема управления мотивацией труда в современных организациях / Т.А. Труфанова, А.П. Воеводина // Социально-экономические явления и процессы. 2013. С. 138–144.

УДК 331

Перезовова Ольга Владимировна

Рахимов Ильдар Хайбуллович

Финансовый университет

при Правительстве Российской Федерации,

Челябинский филиал

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОБЛЕМНОГО ПОЛЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ БРЕНДА РАБОТОДАТЕЛЯ

Аннотация. В современном мире сфера бизнеса развивается очень стремительно. С каждым днем появляется все больше понятий, определений и разногласий, над которыми идет усердная исследовательская работа. Одними из таких понятий являются «бренд» и «HR-бренды». С течением времени они приобретают все больше устойчивости, все большее количество организаций, людей становятся брендовыми, все большее количество компаний добиваются привлекательности среди соискателей и сотрудников.

Для успешного экономического развития существенное значение имеют человеческий интеллект, знания и способности, которые должны трансформироваться в новые идеи, инновации, повышение производительности и качества труда, увеличение прибыли и рост конкурентных преимуществ. Эта ситуация получила название «рекрутинговый бум», который актуализировал вопросы повышения имиджа компании, имиджа работодателя и HR-бренда. Нетрудно заметить, что перечисленные вопросы в той или иной степени связаны с персоналом предприятия, поэтому к HR-бренду проявляется все больше и больше внимания.

Ключевые слова: HR-бренд, конкурентоспособность, инновации, персонал, развитие.

Perevozova Olga, V.

Rakhimov Ildar, H.

Financial University under the Government
of the Russian Federation, Chelyabinsk branch

THE FORMATION OF THE PROBLEM FIELD IN THE HUMAN RESOURCE MANAGEMENT SYSTEM OF MODERN ENTERPRISE ON THE BASIS OF THE EMPLOYER BRAND

Abstract. In today's world, business is developing very rapidly. Every day there are more concepts, definitions and disagreements over which is diligent research. Some of these concepts are «brand» and «HR-brand». Over time they are becoming more and more sustainability, more and more

organizations, people become the brand, an increasing number of companies achieve attractiveness among applicants and employees. For successful economic development are essential to human intelligence, knowledge, and abilities that should be transformed into new ideas, innovation, increased productivity and quality of labor, increase profits and increase competitive advantage. This situation is called a «recruitment boom» which stimulated the development of company image, employer brand and HR brand. It is easy to see that the mentioned issues in varying degrees connected with the staff of the enterprise, so the HR-brand is manifested more and more attention.

Keywords: HR-brand, competitiveness, innovation, staff development.

HR-бренд, или бренд работодателя (employer branding), как аспект научных исследований вошел в науку относительно недавно, но в последние годы достаточное количество работ посвящено ему. Обуславливается это положение тем, что в результате практических разработок доказана экономическая эффективность HR-бренда для различных участников трудовых отношений [2, с. 18].

Первооткрывателями в данной области стали британские исследователи, которые в 90-е годы 20 века впервые обратились к вопросам рассмотрения HR-бренда. Основоположителем данного направления стал Симон Бэрроу. В 1996 совместно с Тимом Эмблером, старшим научным сотрудником Лондонской школы бизнеса, они раскрыли суть HR-бренда в статье в Journal of Brand Management [1, с. 36]. На текущем этапе многие известные мировые корпорации уделяют внимание построению HR-бренда, признавая его выгодность и значимость. Данное направление в науке пребывает в процессе становления и уточнения определений.

Гипотеза научного исследования заключается в том, что использование HR-брендинга в крупной компании позволяет повысить конкурентоспособность организации на рынке. HR-бренд представляет собой особый образ компании, сформированный в глазах различных заинтересованных категорий лиц, к числу которых относятся настоящие, бывшие и потенциальные работники, стейкхолдеры, клиенты, партнеры и т.д. Во-вторых, данный сформированный образ представляет собой совокупность различного рода выгод и преимуществ экономического, профессионального и психологического характера, которые может получить заинтересованное лицо, присоединившись к выбранной компании. В-третьих, HR-бренд представляет уникальную черту, благодаря которой формируется отличность данной компании от других для внешнего круга лиц и для заинтересованных участников. В-четвертых, все методы, способы и пути, которыми реализуется HR-бренд и его формирование, представляет собой именно HR-брендинг [3; 20].

HR-брендинг представляет собой очень важный процесс в системе управления предприятием труда, в результате чего будет обеспечен рост эффективности труда. В качестве объекта исследования мы определили АО «Северное монтажное управление Севзапэнерго-монтаж».

В наши дни представленное предприятие – это одно из ведущих специализированных предприятий России, выполняющее работы по монтажу и ремонту сложного энергетического оборудования. АО «Северное монтажное управление Севзапэнерго-монтаж» выполняет монтаж на крупных энергетических объектах, изготавливает и поставляет детали трубопроводов, не стандартизируют

ванное и котельно-вспомогательное оборудование, резервуары любой емкости и металлоконструкции различного назначения.

В данное время компания участвует в строительстве электростанции для проекта «Ямал СПГ» (строительство завода по производству сжиженного газа п. Сабетта, Ямало-Ненецкого автономного округа). Инвестиции в реализацию проекта ОАО «Ямал СПГ» оцениваются в 27 млрд. долларов США.

Следует отметить, что работа должна начаться с постановки комплексной цели, а затем следует выделить ряд подцелей и направлений работы, которые позволят сделать работу в данном направлении более эффективной. Комплексная цель в данном случае – это повышение эффективности работы предприятия на основе формирования сильного HR-бренда как для внешней, так и для внутренней аудитории. В России многие работодатели концентрируются на отдельных решениях, редко задумываясь о комплексном решении. Данный недостаток следует учесть [4, с. 56].

Проведем анализ и оценку бренда работодателя АО «Северное монтажное управление Севзапэнергомонтаж». Для этого используем методику Матрицы состояния HR-брендинга Мансурова Р.Е. (рис. 1).

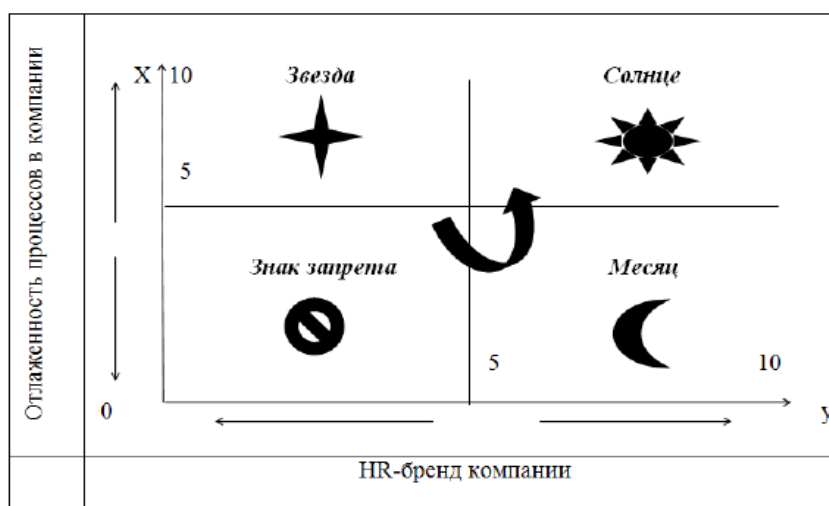


Рис. 1. Матрица состояния HR-брендинга для АО «СМУ «Севзапэнергомонтаж»

Звезда. Если мы попадаем в этот квадрат, то у нас хорошо отлаженные процессы в компании (в том числе и HR), но слабый HR-бренд (скорее всего потому что им никто не занимался). В таком случае у нас скорее всего стабильный и работоспособный кадровый состав с высокой эффективностью труда. Однако за счет своей стабильности он, скорее всего не обладает такими качествами как гибкость и инновационность. Если появляются вакансии, то мы не можем привлечь лучших. Если все же мы желаем привлечь лучших по интересующим нас направлениям, то, скорее всего, нам придется переплачивать данному специалисту, чтобы скомпенсировать его риск перехода в неизвестную компанию.

Солнце. Хорошо отлаженные процессы сочетаются с сильным HR-брендом. Это тот идеал компании, к которому необходимо стремиться. При этом мы привлекаем и удерживаем лучших, у нас стабильный и высокоэффективный кадровый состав. У нас нет проблем с набором персонала, лояльностью и эффективностью его труда.

Знак запрета. Слабый HR-бренд сочетается с неотлаженными процессами в компании. В этом случае, скорее всего у нас высокая текучесть кадров, низкая эффективность труда, мы не можем ни привлечь, ни удержать квалифицированный персонал. Самый проблемный квадрат, из которого необходимо срочно выбираться. В таком положении компания несет существенные убытки за счет повышенного количества брака готовой продукции, невыхода на работу рабочего персонала, низкой лояльности и эффективности труда.

Месяц. Сильный HR-бренд сочетается с неотраженными процессами в компании. В такой ситуации компания несет убыток, связанный с развитием внешнего HR-бренда. У нас высокая текучесть персонала, мы усиливаем внешний HR-бренд, привлекаем персонал, но удержать его не можем.

Как видно из полученных результатов, компания АО «СМУ Севзапэнерго-ремонтаж» движется по пути «месяца», стремясь достичь «солнца». Компания имеет относительно высокую эффективность труда персонала, кадровый состав стабилен – это было выявлено в предыдущем параграфе исследования. При этом организация вкладывается во внешний HR-брендинг, теряя финансы. При этом внутреннему бренду работодателя уделяется мало внимания. Полученный результат является хорошим. Однако следует оценить, какие пробелы существуют во внутреннем бренде работодателя для организации.

Исследование проводилось следующим образом:

1. Экспериментальная часть работы выполнена в 2017 году на базе подразделения «Ямальского монтажного участка» компании – АО «Северное монтажное управление Севзапэнерго-ремонтаж» п. Сабетга, Ямало-Ненецкого автономного округа. Составлен опросник, содержащий 12 утверждений – методика Q12.

2. Для участия в опросе отобрана группа из 360 сотрудников, т.е. более половины численности персонала, которая состояла из трех подгрупп:

- подгруппа высшего руководящего звена – 11 человек;
- подгруппа инженерно-технического персонала – 90 человек;
- подгруппа рабочих и обслуживающего персонала – 259 человек.

Данная группировка позволила оценить мнение большинства сотрудников, при этом позволила сделать выводы по каждой отдельной подгруппе для дальнейшего выявления проблем во внутреннем HR-бренде компании.

3. Проведен опрос и анализ полученных результатов. Данные представлены в табл. 1.

Как видно из представленных данных, существуют заметные отличия в индексе вовлеченности персонала по различным категориям персонала. В частности, для высшего руководящего звена характерен более высокий уровень вовлеченности сотрудников в дела предприятия – он составляет 78%. Данный показатель является очень высоким значением.

Таблица 1

Результаты исследования индекса вовлеченности сотрудников

Подгруппа	Общее количество ответов «Да»	Общее количество ответов «Нет»	Общее количество ответов по подгруппе	Индекс вовлеченности
1. Подгруппа высшего руководящего звена	103	29	$12 \square 11 = 132$	$I_{в1} = \frac{103}{103 + 29} * 100\% = 78\%$
2. Подгруппа инженерно-технического персонала	605	475	$12 \square 90 = 1080$	$I_{в2} = \frac{605}{605 + 475} * 100\% = 56\%$
3. Подгруппа рабочих и обслуживающего персонала	1366	1742	$12 \square 259 = 3108$	$I_{в3} = \frac{1366}{1366 + 1742} * 100\% = 43,95\%$
Итого по предприятию	2074	2246	$12 \square 360 = 4320$	$I_{вз} = \frac{2074}{4320} * 100\% = 48\%$

Таблица 2

**Диагностика HR-бренда
для АО «Северное монтажное управление Севзапэнерго-монтаж»
по новой матрице**

Показатели	1 балл	2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов
Коэффициент выбытия					*
Коэффициент приема кадров				*	
Коэффициент текучести кадров					*
Коэффициент постоянства кадров				*	
Выручка, приходящаяся на 1 сотрудника, тыс. руб./чел.					*
Чистая прибыль (убыток), приходящаяся на 1 сотрудника, тыс. руб./чел.					*
Индекс вовлеченности сотрудников			*		
Уровень удовлетворения базовых финансовых потребностей					*
Удовлетворение потребностей в безопасности и надежности работодателем			*		
Удовлетворение потребностей в самовыражении		*			
Удовлетворение потребностей в признании и карьерном росте		*			
Удовлетворение потребностей в обучении и развитии				*	

Таким образом, общее количество набранных баллов предприятием – 47. Это позволяет отнести предприятие в поле матрицы с приближенным максимумом. Это говорит о том, что в данном поле может быть перекося в какую-либо из сторон – сильный внешний бренд при слабом внутреннем либо наоборот. В нашем случае отнесение предприятия в данное поле говорит о наличии сильного внешнего бренда, но при этом отмечаются недостатки в системе внутреннего бренда работодателя. При этом существует общая концепция бренда как такового, сформированы и утверждены основы бренда.

Список литературы

1. Буковская О.И., Осовицкая Н.А. Как построить HR-бренд вашей компании. 53 способа повысить привлекательность компании-работодателя. СПб.: Изд-во СПбУУиЭ, 2010. 183 с.
2. Веснин В.Р. Управление персоналом. Теория и практика: Учебник. М.: Проспект, 2010. 136 с.
3. Кибанов А.Я., Дуракова И.Б. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: М.: ИНФРА-М, 2005. С. 220–225.
4. Забирова Л.М., Гатауллин И.И. Формирование и оценка HR-бренда компании // Казанский экономический вестник. 2013. №1(3). С. 37–40.
5. Перевозова О.В. Кадровая конкурентоспособность региона в условиях неопределенности / Развитие экономики и управления в условиях глобальных изменений: Монография. Челябинск, 2017. 150 с.

УДК 327

Потемкин Валерий Константинович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

СОЦИАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ ЕВРОПЕЙСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ФОРМИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация. В статье на основании контент-анализа и с использованием материалов эмпирического исследования анализируются процессы развития европейской идентичности и раскрываются особенности её формирования в современной России. Уделяется внимание основным ограничениям применения сложившихся приоритетов европейской идентичности в современной России и анализируются факторы, обеспечивающие полный суверенитет государства, свободу выбора общественного развития и защиты прав граждан.

Ключевые слова: идентичность, глобализация, общественное развитие, цивилизация, суверенитет, выбор, формирование, ожидание.

SOCIAL CHANGE THE EUROPEAN IDENTITY AND ITS FORMATION IN MODERN RUSSIA

Abstract. In article on the basis of the content analysis and using materials of the empirical research analyses the processes of development of European identity and the peculiarities of its formation in modern Russia. Attention the main limitation of the current priorities of the European identity in contemporary Russia and analyzes the factors that ensures the full sovereignty of the state, the freedom of choice of social development and protection of the rights of citizens.

Keywords: identity, globalization, social development, civilization, sovereignty, choice, formation, waiting.

Исследование процессов взаимозависимости формирования европейской идентичности и гражданского общества – это попытка заглянуть в будущее состояние общественного развития, определения возможных рисков и проблем, которые создают сами люди, их общественные объединения, а также сформулировать общественный посыл тем, кто не способен атрибутивно определить наступающее или уже наступившее состояние общества.

Однако взгляд в будущее состояние общественного развития не учитывает никем не оспариваемого положения, по которому люди сами делают свою историю, но они делают ее «не так, как им вздумается при обстоятельствах, которые не сами выбирали, а которые непосредственно имеются налицо, даны им и перешли от прошлого» [1]. В конструкт ожидаемых общественных отношений европейский союз вносит существенные коррективы неожиданные события: всплески национальной идентичности, необоснованные нравоучения построения демократического общества и не восприятие этих нравоучений, не учитывающих особенности общественного развития, религиозной предпочтительности, исторической памяти и веками сформировавшегося общественного мнения в странах Европы относительно «правильной или неправильной жизни» населения отдельных регионов и стран. По сути, в этом состоянии оценки общественного развития просматривается взгляд Д. Старка [2], который вслед за Р. Дарендорфом [3] выдвинул «теорию зависимости от прошлого». Это положение во многом объясняет характеристики процессов общественного развития в России, излагаемые Ф. Шмиттером и Т. Карл [4]. Гибридный характер с явной авторитарной составляющей под названием «демократура» Г. О’Доннелом и Р. Саква, которые ввели в оборот термин «делегативная демократия» [5]. П. Штомпка [6] в своей теории переходных состояний общественного развития назвал навязываемые обществу ярлыки ничем иным, как «травмирующими» повседневную жизнь населения, которое крайне болезненно воспринимает эти ярлыки. При этом травмирующие ярлыки способны ввести сумятицу в привычные для людей символы, смыслы и значения социальных реальностей и, в конечном счете, искажают смысл жизни людей. Именно таким образом происходит формирование посттравматического синдрома, интегральным показателем которого является социальное самочувствие людей. Е. Данилова и В.Я. Ядов [7] на начальном этапе общественных трансформаций в России провели исследования формирования новых идентичностей и на вопрос «кто

я?» в начале 90-х годов около 70,0% населения относили себя к «людям без будущего», а по прошествии 10 лет всего 14,0%. Изменения в сознании людей за этот период Ю. Левада [8] назвал «рутинезацией», то есть в этот период происходила подмена воображаемых ожиданий фактическими обстоятельствами общественного развития. И действительно, этот период характеризуется на начальном этапе политикой, и весьма жесткой, внедрения рыночных отношений, приватизации, развития принципов демократического развития, отхода от административно-командной системы управления, когда «рынок все управит», то последующие годы акцент был смещен к формированию социального механизма преобразования российского общества [9].

В российском обществе, как показывает практика общественного развития, не воспринимаются нормативные принудительные или подражательные механизмы демократических преобразований, культивируемые в ЕС. Объяснением этому служат экономические, социокультурные, символические или идеологические, физиологические, квалификационные различия, определяющие процессы общественного развития. Современный этап общественного развития в России можно охарактеризовать как период преодоления трансформационного хаоса, наступление стабилизации и экономического роста, формирования и реализации крупных национальных проектов и программ международного сотрудничества при сохранении своего суверенитета и уважения суверенитета других стран. Если ранее, как подчеркивал А.А. Галкин [10], в России было два основных варианта негативной реакции общества на неоправданно высокую социальную дифференциацию, а именно подчинение или социальный бунт, то в современных условиях созданы все предпосылки общественного согласия. На это указывает и рост социального самочувствия населения по сравнению с началом 90-х годов почти в 5 раз. Социальному самочувствию населения способствует система свободы выбора общественного контента: экономической свободы, в том числе свободы увеличения экономического пространства человека, социокультурной свободы, социально-политической свободы, свободы религиозных и духовно-нравственных предпочтений.

Возникает вполне очевидный вопрос: может ли Россия отказаться от своего суверенитета и свобод граждан в условиях современной агрессивной глобализации, проводимой хотя и под лозунгом тотального человеческого прогресса, но и ограничивающей веками сложившуюся социокультурную российскую общность, целевые ориентации и жизненные ориентиры населения, проводящую политику насильственной смены ценностей, общечеловеческих смыслов и норм общественного бытия. Такой же вполне очевидный ответ – нет.

В то же время ряд исследователей отмечает факт того, что процессы глобализации уже нанесли урон общественным отношениям, в результате чего произошла миграция русских из целого ряда регионов России. Так, на территории Ингушетии русских осталось менее 2,0% населения; в Дагестане доля русских только за начало первого десятилетия XXI века снизилась с 12,0% до 6,0%; в Северной Осетии – с 50,0% до 30,0% и т.д. [11].

Процессы глобализации становится первопричиной осознания эффективности демократических преобразований в различных странах ЕС, если принять

во внимание то обстоятельство, что демократия – это форма политического правления, в которой имеет место «власть народа, осуществляемая народом и для народа» [12], то можно предположить, что в процессах демократических преобразований в европейском союзе все более проявляют себя авторитаристические начала, то есть социальные идеи абсолютного меньшинства навязываются всеми доступными и недоступными способами большинству населения и странам, их представляющих.

Можно согласиться с Б. Барбер, когда он подчеркивал необходимость говорить не об одной какой-то «демократии», а о «демократиях». В частности, он писал, что «целью тех, кто стремится к демократическому миру, должна быть не демократия в единственном числе по американской или какой-либо другой модели, а демократии во множественном числе» [13]. И действительно, только таким способом можно найти и самоутвердиться в самоопределении народов и суверенитете государственных образований. Ф.Э. Шереги, анализируя концепции российской государственности, отмечал, что «люди теряют чувство социального равновесия, ощущают распад социальной экосреды, что выражается, главным образом, в массовых синдромах» [14].

Самоопределение народов и суверенитет России во многом определяет сложившееся в результате демократических преобразований массовое сознание населения: 60,7% считают, что Россия – это общий дом многих народов, и все они должны обладать равными правами. Такой позиции придерживается 84,9% украинцев и белорусов; 94,7% – представителей этносов, придерживающихся традиций ислама; 87,5% – малочисленных (северных) народностей; этносов Кавказа – 88,0%; представителей европейских этносов, не имеющих государственности на территории России, – 81,1% [15].

Оценивая небольшой временной период вхождения России в процессы глобализации, целый ряд исследователей отмечают массу положительных результатов.

В частности, Дискин считает, что Россия становится европейской страной не только по принадлежности к европейской культуре и своему вкладу в нее. И далее: «базовые модели социально-экономической деятельности населения становятся все более европейскими». Т. Кутковец и К. Клямкин также являются приверженцами данного мнения, уточняя при этом, что вектор развития российского общества направлен в сторону, противоположную традиционному [17]. В. Федотова крайне негативно оценивает процессы глобализации в России и отмечает негативность внедряемых в сознание людей нравов, присущих в Европейском Союзе [18]. С.В. Патрушев [19] подчеркивает символизм отношений населения России к процессам глобализации, состоящий, с одной стороны, в стремлении пользоваться благами современной цивилизации, а с другой – отсутствием стремления к масштабным изменениям в жизнеустройстве. Характерными признаками жизнеустройства являются: иметь надежных друзей – 74,0%; честно прожить свою жизнь – 65,0%; создать счастливую семью – 64,0%; получить хорошее образование – 44,0%; иметь интересную работу – 41,0%; заниматься любимым делом, творчеством – 37,0%; иметь много свободного времени и проводить его в свое удовольствие – 23,0%; сделать карьеру –

12,0%; иметь собственный бизнес – 6,0%; побывать в разных странах мира – 6,0%; попасть в элиту общества – 3,0%; стать богатым – 3,0%; иметь доступ к власти – 2,0%; стать знаменитым – 2,0% [20].

Такие оценки обусловлены несколькими обстоятельствами, среди которых: социальные структуры стабильны и функционирует по законодательно определенным нормам и правилам; общественная жизнь состоит из устойчивых связей и взаимодействий; жизнедеятельность и жизнеспособность населения определяется свободой выбора; общественные противоречия решаются органами федерального и местного управления; имеет место взаимодействие социокультурных религиозных организаций и т.д.

Учитывая изложенное, можно высказать мнение о том, что при все возрастающей уверенности европейцев в безупречности и безальтернативности своих цивилизационных демократических воззрений имеет место необходимость, с учетом реализации принципов толерантности, учитывать исторические особенности, обычаи, ценности и воззрения населения различных стран с тем, чтобы преодолеть современные противоречия цивилизационного характера.

Список литературы

1. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 8. С. 119.
2. Stark D. Path Dependence and Privatization Strategies in East Central Europe. *East European Politics and Society*. 1992.
3. Dahrendorf R. Reflections on the revolution in Europe. Transaction Publishers, 2005 г.
4. Schmitter Ph., Karl T.L. The conceptual travels of transitologists: how far to the East should they attempt to go? // *Slavic Review*. 1994. Vol. 53, Issue 1. P. 173–185; Шмиттер Ф. Угрозы и дилеммы демократии // *Пределы власти*. 1994. № 1. С. 173–185.
5. Саква Р. Режимная система и гражданское общество в России // *Полис (Политические исследования)*. 1997. №1. С. 61–82.
6. Штомпка П. Культурная травма в посткоммунистическом обществе. Статья вторая // *Социологические исследования*. 2001. №2.
7. Данилова Е.Н., Ядов В.А. Нестабильная социальная идентичность как норма современных обществ // *Социологические исследования*. 2004. №4. С. 23–27.
8. Левада Ю. Человек обыкновенный в двух состояниях // *Вестник общественного мнения*. 2005. №1. С. 13.
9. Потемкин В.К. Социальный механизм преобразования российского общества. СПб.: ИСЭП РАН, 1997. 294 с.
10. Галкин А.А. Социальная дифференциация и массовое сознание / Дифференциация российского общества в зеркале публичной политики / Под ред. Ю.А. Красина. М.: Горбачев-Фонд, 2004. С. 31–34.
11. Степанов Е.И., Аксентьев В.А., Головин Ю.А., Куконков П.И. Мониторинг социальных напряжений и конфликтов в крупных региональных центрах России: на примере Нижнего Новгорода и Ярославля // *Россия реформирующаяся: Ежегодник*. Вып. 6. М., 2007. 408 с.
12. Linkoln A. Speeches and Writings, 1859–1865. N. V, 1989. P. 536.
13. Barber B. Fear's Empire. War, Terrorism, and Democracy. N.V., 2003. P. 176–177.
14. Шереги Ф.Э. Социология политики: прикладные исследования. М.: Центр социального прогнозирования, 2003. С. 23.
15. Дускин И.Е. Российская модель социальной трансформации // *Pro et consta*. М., 1999. Т. 4. №3. С. 34.

16. Кутковец Т., Клямкин И. Нормальные люди в ненормальной стране / Вниз по вертикали. Первая четырехлетка Путина глазами либералов. М.: Колибри, 2005. С. 51–52.
17. Федотова В. Русская апатия как противостояние хаосу // Политический класс. 2005. №1. С. 41.
18. Патрушев С.В. Доверие, симпатия и эмпатия: российское поведение в российском социуме // Институциональная политология: современный институционализм и политическая трансформация России. М., 2006. С. 239.
19. Петухов В.В. Демократия и возможности социальной мобильности. В кн.: Россия реформирующаяся. Ежегодник. Вып. 6. М.: ИС РАН, 2007. С. 287.

УДК 331

Потемкин Валерий Константинович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ОБЪЕКТИВИЗАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Аннотация. В статье на основании теоретических обобщений и эмпирических оценок обращается внимание на углубление понимания роли профессиональной этики в системе управления персоналом. Определяются его возможные результаты соблюдения профессиональной этики во взаимоотношениях различных профессионально-квалификационных и статусных групп работников. Приводятся данные самооценки профессионально важных качеств работников, определяющих структуру и содержание профессиональной этики.

Ключевые слова: профессиональная этика, персонал, управление, взаимодействие, общественное развитие, ценности, ориентиры, деятельность, поведение.

Potemkin Valery, K.
Saint-Petersburg State University of Economics

OBJECTIFICATION OF PROFESSIONAL ACTIVITY IN THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM

Abstract. The article uses theoretical generalizations and practical evaluations to highlight the importance of fundamental understanding of professional ethics in HR management. It identifies possible outcomes of cases where professional ethics is observed in cooperation of differently qualified staff and staff from different job levels. It also provides data about important professional qualities of staff which identify the structure and content of professional ethics.

Keywords: professional ethics, staff, management, cooperation, social development, values, landmarks, activity, behavior.

В последние годы в России проблеме профессиональной этике, принципам, нормам и правилам морально-нравственного поведения различных профессионально-квалификационных и статусных групп работников предприятий

и организаций уделяется повышенное внимание. Профессиональная и морально-нравственная разобщенность работников, смена ценностных установок и ориентиров оказали отрицательное влияние на общественную нравственность, гражданское самосознание, отношение людей к обществу, государству, закону и труду, привели к социальной напряженности в профессиональной и деловых сферах. В XXI веке ярко выражен социальный заказ на формирование принципов и методов формирования профессиональной этики, феномен которой оказывает как прямое, так и косвенное влияние на все стороны общественной жизни, производственную, экономическую и социально-политическую стороны развития общественных отношений.

Профессиональная этика позволяет совершенно по-новому осмыслить не только понятия, но и степень влияния на многие показатели общественного развития, такие как:

- нация – государственно-территориальная и политико-правовая общность, существующая на основе общих политических, историко-культурных и духовно-ценностных характеристик и общего самосознания;

- национальное государство – государство с общей, контролируемой центральной властью, хозяйственно-экономической основой, общей территорией, общими историко-культурными ценностями населения страны;

- национальное самосознание (идентичность) – разделяемое всеми гражданами представление о своей стране, ее народе, чувство принадлежности к своей стране и народу. Основу национальной идентичности составляют базовые национальные ценности и общая историческая судьба;

- формирование национальной идентичности – формирование у личности представления о многонациональном народе Российской Федерации как о гражданской нации и воспитание патриотизма;

- патриотизм – чувство и сформировавшаяся позиция верности своей стране и солидарности с ее народом. Патриотизм включает чувство гордости за свое Отечество, малую родину, т.е. край, республику, город или сельскую местность, где гражданин родился и рос. Патриотизм включает активную гражданскую позицию, готовность к служению Отечеству;

- гражданское общество – общество, способное к самоорганизации на всех уровнях, от местных сообществ до общенационального (государственного) уровня, активно выражающее свои запросы и интересы как через свободно и демократически избранные органы власти и самоуправления, так и через институты гражданского общества, к которым относятся, прежде всего, общественные группы, организации и коалиции, а так же формы прямого волеизъявления. Гражданское общество обладает способностью защищать свои права и интересы как через власть и закон, так и путем контроля над властью и воздействия на власть и на правовые нормы. Гражданское общество обязательно предполагает наличие в нем ответственного гражданина;

- многообразие культур и народов – культурное многообразие, существующее в стране и в мире в целом. Для России это существование, диалог и взаимообогащение всех культурных потоков (или слоев): общенациональной, общероссийской культуры на основе русского языка, этнических культур

тур многонационального народа Российской Федерации и глобальных или мировых культурных явлений и систем. Культурное многообразие и свобода культурного выбора являются условием развития, стабильности и гражданского согласия;

– межэтнический мир и согласие – единство в многообразии, признание и поддержка культур, традиций и самосознания всех представителей многонационального народа Российской Федерации, гарантированное равноправие граждан независимо от национальности, а также политика интеграции, предотвращения напряженности и разрешения конфликтов на этнической или религиозной основе. Межэтнический мир включает политику толерантности, т.е. признания и уважения культурных и других различий среди граждан страны и проживающих в ней граждан других стран;

– социализация – усвоение человеком социального опыта в процессе образования и жизнедеятельности посредством вхождения в социальную среду, установления социальных связей, принятия ценностей различных социальных групп и общества в целом, активного воспроизводства системы общественных отношений;

– развитие – процесс и результат перехода к новому, более совершенному качественному состоянию, от простого к сложному, от низшего к высшему, к некоей степени духовной, умственной зрелости, сознательности, культурности и пр.;

– воспитание – организованный целенаправленный процесс развития личности, гражданина, освоения и принятия им ценностей, нравственных установок и моральных норм общества;

– базовые национальные ценности – основные моральные ценности, приоритетные нравственные установки, существующие в культурных, семейных, социально-исторических, религиозных традициях многонационального народа Российской Федерации, передаваемые от поколения к поколению и обеспечивающие успешное развитие страны в современных условиях;

– духовно-нравственное развитие личности – осуществляемое в процессе социализации последовательное расширение и укрепление ценностно-смысловой сферы личности, формирование способности человека оценивать и сознательно выстраивать на основе традиционных моральных норм и нравственных идеалов отношение к себе, другим людям, обществу, государству, Отечеству, миру в целом;

– духовно-нравственное воспитание личности гражданина России – педагогически организованный процесс усвоения и принятия базовых национальных ценностей, имеющих иерархическую структуру и сложную организацию. Носителями этих ценностей являются многонациональный народ Российской Федерации, государство, семья, культурно-территориальные сообщества, традиционные российские религиозные объединения (христианские, прежде всего в форме русского православия, исламские, иудаистские, буддистские), мировое сообщество.

Невнимание к профессиональной этике в общественной практике приводит к агрессивной конкурентной борьбе, конфликтам, правонарушениям в труде и на производстве, стремлению всеми средствами достичь нормы прибыли, ухода от налогов, серыми и конвертными выплатами заработной платы, криминализации общественных отношений.

В последние годы профессиональная этика строится на иерархии управления, распределения полномочий, внутрисистемной организации производственного процесса, ответственности за результаты работы, на формирование признаваемых в обществе и на предприятиях, и в организациях социальных норм и ценностей, шаблонов и ритуалов поведения, методов обеспечения и принятия управленческих решений. Ранее принятые традиции профессиональной этики присущие административно-командной системе утрачены, хотя определенная «жесткость» поведения работников, контролируемая и сопровождаемая общественными организациями: партийными комитетами, профсоюзами, советами трудовых коллективов позволяло успешно решать многие производственно-экономические проблемы.

Новый этап развития общественных отношений предопределяет необходимость адекватного современному периоду и вполне осознанного процесса формирования профессиональной этики. Однако, это не исключает обращение к истокам понимания профессиональной этики. В работе Т. Гобса, пожалуй, впервые, аргументированы законы этического поведения людей, обусловленные их биологической, экономической и социальной природой и практикой взаимодействия в системе обыкновенных отношений [1]. Именно Т. Гоббс определил профессиональную этику как «силу и средства», необходимые для множества людей с целью соблюдения их мира и общей защиты.

Джон Локк (1632–1704) развил морально-политическую доктрину, присущую Т. Гоббсу. Ее смысл состоит в следующем: общество и государство рождаются на основе естественного права, совпадающих со здравым смыслом, который гласит, что, поскольку все люди равны и независимы, «никто не должен причинять ущерб жизни, здоровью, свободе и имуществу других людей» [2]. Следовательно, естественными правами являются: право на жизнь, право на защиту этих прав.

В. Лейбниц в цикле работ, посвященных исследованию человека и его судьбы, утверждал, что существует три условия свободы – это понимание, самопроизвольность и случайность [3]. Объясняя данный триумвират понимания свободы, он отмечал, что поступок человека без его понимания – это действие вне сферы свободы; самопроизвольность исключает любое внешнее принуждение и насилие над человеком; случайность или возможность проявления какого-либо действия со стороны человека всегда создает возможность для противоположного действия.

Томас Рид писал, что здравый смысл свидетельствует о значимости следующих моральных принципов: 1) В человеческом поведении есть вещи, заслуживающие одобрения и награды, есть такие, что заслуживают осуждения; 2) То, что не является добровольным, не может заслуживать не морального одобрения, не морального осуждения; 3) То, что выполнено по неизбежной необходимости, может быть приятным и неприятным, полезным или вредным, но не может быть объектом морального осуждения или одобрения; 4) Люди в высшей степени виновны, если они не делают того, что должны делать, или делают то, чего не должны; 5) Мы должны использовать все имеющиеся у нас средства, чтобы быть хорошо информированными о наших обязанностях; 6) Нашей главной

обязанностью должно быть выполнение долга, как мы его понимаем, и укрепление наших умов против любого искушения отклониться от него [4]. Т. Рид видел данные моральные принципы первейшими принципами «*principi primi*» этики поведения человека.

Макс Вебер (1864–1920) очень четко выразил свое отношение к деятельности человека: «... нужно обратиться к своей работе и соответствовать «требованию дня» – как человечески, так и профессионально». Профессионально, видимо, означает необходимость учитывать все обстоятельства, сопутствующие деятельности человека в соответствующей сфере приложения труда, включая этические нормы и правила, ценностные ориентации и ожидания, моральные ценности и нравственные ориентации [5].

В контексте деятельности человека и профессиональной среды рассматривал этику Рихард Авенариус. В частности, он обращал внимание на то, что соотношение человек и среда взаимосвязаны друг с другом и нельзя отменить превалирующие в обществе нравственность, моральные ценности, этику поведения, профессиональную этику [6].

Джон Дьюти (1859–1952) отмечал неустойчивый характер ценностей и обосновал необходимость анализа порождающих их условий, интерпретируя нравы, обычаи и институты в функциональном аспекте, все время, имея в виду возможность радикального обновления, в зависимости от вновь возникающих жизненных требований. Причем, особая миссия этики, отмечал Дж. Дьюти, состоит в непрерывном критическом пересмотре правовых ценностей, продвижении, сохранении и обогащении их [7].

Г. Маркузе (1898–1979) подчеркивал, что в технологическом обществе аппарат стремится к всевластию, определяя не только занятость и социальное поведение, но и индивидуальные потребности, среди которых свобода слова мысли и слова, сознания и инициативы и т.д. [8].

Можно полагать, что в описываемом случае власть и ее структуры навязывают как обществу, так и человеку свои нормы и правила этики, общественных и профессиональных отношений, что, в конечном счете, приводит к утрате инициативы, предприимчивости, моральных и нравственных ценностей. Эрих Форм (1900–1980) подмечал, что проблема состоит в том, что ставший свободным человек ответственен за свои поступки, мысли, выбор. Когда он не выдерживает груза этой ноши, то ищет убежища в стадном конформизме, слепо принимает и выполняет кем-то (властью) нормы [9].

В противовес данному положению Карл Поппер (1902–1994) отмечал, что открытое общество основано на мощном критическом потенциале человеческого разума, где не просто терпят, а всячески стимулируют при содействии демократических институтов инакомыслие, интеллектуальную свободу индивидов и социальных групп, направленных на решение социальных проблем и непрерывное реформирование общества. Но если это положение верно, то за набором общих положений этики как неотъемлемой части цивилизованных отношений между людьми возникает объективная необходимость предметной структуризации этого общественно феномена [10]. Ричард Т. Де Джордж определил ее следующим образом: «Этику вообще можно определить, как систематическое стремление

осмыслить наш индивидуальный и общественный нравственный опыт таким образом, чтобы установить правила, которые должны управлять поведением людей, выработать ценности, которых стоит придерживаться, а также воспитывать такие черты характера людей, какие им полезно развивать» [11].

Поведение людей в современном мире, мире противоречий, насилия, противодействия цивилизаций разнопланово в различных ситуациях общественной и трудовой жизни человека, социально-профессиональных групп и коллективов. Кроме того, можно отметить явный характер статусных отношений между людьми, обусловленный общественным, имущественным, профессиональным и должностным положением. В этой связи и подходы к этике поведения людей в практической жизни могут существенно различаться.

Однако, необходимо принять во внимание позицию Макса Адлера (1873–1937), суть которой состоит в том, что не смотря на всю противоречивость интересов индивидов и социальных норм, необходимо предусмотреть в системе общественных отношений следующую формулу морали: «рассматривать человека как цель, и никогда – как средство» [12].

М. Хоркхаймер в своей теории инструментализма подчеркивал, что единственным критерием социального прогресса стала инструментальная ценность, основная функция которой состоит в господстве над людьми и природой [13].

Принимая во внимание различные трактовки этики, необходимо отметить, что этика является основой своеобразным началом формирования поведенческого диалога между индивидами, коллективами, социально-профессиональными сообществами и т.д. что, в конечном счете, обуславливает появление профессиональной этики.

Профессиональная этика, учитывая многоплановость и многоаспектность деятельности людей, предполагает углубленное ознакомление с принципами, условиями организации, информационно-экономического и управленческого сопровождения этой деятельности с целью определения преобладающих идеалов и запретов, морально-нравственных позиций, отношений к критике, свободы слова и мысли, инициативы и предприимчивости, девиаций всякого рода и т.д.

Данные признаки профессиональной этики не могут быть «размытыми» в практике взаимоотношений между различными группами работников предприятий и организаций, а должны приобрести форму нормативного поведения. Нормативное поведение неразрывно связано с задачей информационно-аналитической развития общественных и производственных систем, присущих им ценностных ориентаций, предпочтений, морально-нравственных норм и правил. Этот раздел этики принято называть метаэтикой, которая занимается исследованием логики нравственного мышления людей, поступков, обосновывающих тот или иной тип поведения. В этой связи метаэтика призвана ответить на вопросы, волнующие людей многие столетия: что означает «добро» и «зло», в чем выражается: «моральная общественная и экономическая ответственность», как себе человек представляет «нравственный долг», что в себя включает понятие «не навреди» и т.п.

В практической работе подобная ориентация профессиональной этики может быть реализована только в условиях, когда работники обладают необхо-

димыми для осуществления трудового процесса профессиональными компетенциями; определены количественные и качественные показатели работы; развиты профессиональные и межпрофессиональные коммуникации; созданы условия для восприятия своих достижений в труде в сопоставлении с достижениями других работников; определены нормативные требования ко всем видам деятельности функционирования предприятия.

В рассуждениях о совершенном обществе и деятельности предприятий, М. Кастельс затрагивает вопрос о группе индикаторов, которые ставятся всеобщими для оценки профессиональной деятельности различных групп персонала и на основании которых возможно определить «сигналы» этических взаимоотношений [14].

Основываясь на анализируемых теоретических положениях о сущности этики и ее интерпретации как профессиональной этики, нами проведено исследование (в 2011–2012 гг.) социальных индикаторов, характеризующих этическое поведение рабочих (397), инженерно-технических работников (275), руководителей структурных подразделений предприятий (62) (табл. 1).

Таблица 1

Самооценки профессионально-важных качеств работников, определяющих структуру и содержание профессиональной этики

Индикатор/Показатели	Оценка показателей категориями работников (в %)		
	руководители	ИТР	рабочие
<i>Интеллектуальные способности</i>			
Ум	67	77	100
Логика	32	18	25
Рассудительность	18	24	8
Проницательность	12	72	10
Концептуальность	57	56	0
Образованность	44	54	98
<i>Черты деловой активности</i>			
Высокие коммуникативные навыки	100	100	100
Умение заручаться поддержкой	96	86	13
Умение кооперировать	84	74	28
Дипломатичность	87	74	88
Умение брать на себя риск	74	56	12
Умение организовывать	62	83	91
Умение убеждать	100	34	83
Умение быть надежным	98	72	100
Умение разобраться в людях, понимать их	78	100	100
Знание дела и понимание бизнеса	98	100	100
Умение анализировать проблему и принимать решения	100	100	81

Продолжение табл. 1

Индикатор/Показатели	Оценка показателей категориями работников (в %)		
	руководители	ИТР	рабочие
<i>Инновационное мышление</i>			
Видение будущих ориентиров научно-технического развития	76	98	100
Оригинальность	26	31	8
Интуитивность	28	43	76
Инициативность	57	91	10
Гибкость	91	85	4
Творческий подход к делу	78	94	75
<i>Социально-психологические индикаторы</i>			
Физическая и эмоциональная устойчивость	48	65	32
Бдительность	12	18	24
Честность	18	23	98
Личная целостность	67	100	90
Смелость	74	64	26
Самоуверенность	54	42	12
Уравновешенность	91	12	13
Амбициозность	100	91	43
Настойчивость и упорство	100	93	89
Энергичность	93	93	98
Властность	12	8	8
Работоспособность	24	20	46
Агрессивность	38	10	0
Стремление к превосходству	86	46	9
ВЛАСТЬ			
<i>Ресурсы власти</i>			
Институциональные	0	11	43
Позиционные	68	32	3
Персональные	66	100	100
<i>Основания власти</i>			
Вознаграждение	31	8	45
Наказание	8	3	12
Информация	79	86	98
Идентификация	63	32	89
Убеждение	4	45	56
Харизма	75	96	98
<i>Авторитет</i>			
Должностной	38	12	54
Деловой	98	56	12
Персональный	91	98	96

Примечание: подробное описание индикаторов/показателей самооценки профессионально важных качеств работников приведено в кн: *Потемкин В.К.* Профессиональное распознавание и оценка личности. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. 235 с.

По самооценке для руководящего звена предприятий наиболее значимыми являются показатели характеризующие интеллектуальные способности (67%); высокие коммуникативные навыки (100%); умение убеждать (98%); знание дела и понимание бизнеса (98%); умение принимать решения (100%); гибкость (91%); настойчивость и упорство (100%); энергичность (93%); информированность и харизма (79 и 75%); персональный авторитет (91%).

Показатели, ориентированные на организацию работы и взаимодействие с персоналом, имеют меньшее значение в деятельности руководящего звена.

В группе инженерно-технических работников наиболее значимыми показателями отмечены интеллектуальные способности (77%); высокие коммуникативные навыки, умение разбираться в людях и понимать их, умение анализировать проблему и принимать решения, видение будущих ориентиров научно-технического и рыночного развития, личная целеустремленность, персональная профессионализация и авторитет.

В группе рабочих предпочтение отдается интеллектуальным способностям (100%); образованности (98%); высоким коммуникативным навыкам (100%); быть надежным, умению разбираться в людях и понимать их, видение будущих ориентиров, энергичности, персональной профессионализации (до 100%).

Полученные эмпирические данные свидетельствуют о различия в приоритетах различных категорий персонала, что является существенным ограничением в формировании и соблюдении норм профессиональной этики. По определению М.С. Кагана «деятельность человека целостна, и разные ее уровни, при всех особенностях каждого, связано друг с другом взаимным проникновением – ярче всего это проявляется в архитектуре» [15]. Добавим к этому – в архитектуре поведения и этике отношений в коллективе предприятий и организаций.

Преодоление выявленных противоречий в формировании профессиональной этики возможно посредством поиска путей гармонизации внутрисоциальных и внутрипрофессиональных отношений, создание условий межпрофессионального диалога различных профессионально-квалификационных и статусных групп персонала предприятий.

Список литературы

1. *Leviatano*, 2 voll, a cura di M. Vinciquilrra, Laterza, Roma-Bari, 1974.
2. *Locke: Saggiosull 'intelletteumeno*, a curadi M. c N Abbagnano, Utet, Torino, 1971.
3. *Leibniz G.W.* Teodicea, a cura di V. Mathieu,Zanichelli, Bologna, 1973.
4. *Zani L.*, L'etica di Shafesbury, Marzorati, Milano, 1958.
5. *Weber M.* Il metododellestoriaco-sociale Torino, 1958.
6. *Avenarius R*, Critica dell' esperienzapura, Bari 1972.
7. *Dewey: Logica, teoria del l'indagine*, 2 voll, Torino, 1974.
8. *Marcuse H.* L'ontologia di Hegel elafondazione di unateoriadellastoricita, Firenze, 1969.
9. *Fromm E.* Fugadallaliberta, Milano, 1970.
10. *Popper K.R.* La societaaperta e i suoinemici, 2 voll, Roma, 1977.
11. *Де Джордж Ричард Т.* Деловая этика / Пер. с англ. *Р.И. Столперс.* М.: Прогресс, 2003. С. 34.
12. *Реале Д., Антисери Д.* Западная философия от истоков до наших дней. Т. 4. От романтизма до наших дней. СПб.: Петрополис, 1997. С. 534.
13. *Horkheimer M.* Eclissedellaragione. Critica del laragion estrumentale, Torino, 1979.

14. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Под ред. О.И. Шкаратана. М., 2000. С. 39.
15. Катан М.С. Философия культуры. СПб.: Петрополис, 1996. С. 44.

УДК 658.3

Прозоровская Камилла Александровна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

К ВОПРОСУ О ДЕВИАНТНОМ ПОВЕДЕНИИ СОТРУДНИКОВ И МЕРАХ ЕГО ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены некоторые виды девиантного (отклоняющегося) поведения персонала организации, их причины и рассмотрен ряд мер по преодолению девиаций со стороны сотрудников.

Ключевые слова: девиантное поведение, управление персоналом, организационная культура.

Prozorovskaya Camilla, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

ABOUT THE QUESTION OF DEVIANT BEHAVIOR OF EMPLOYEES AND MEASURES OF ITS PREVENTION

Abstract. The article is devoted to some types of deviant behavior of the personnel of organizations, their reasons and measures on overcoming of deviations by employees.

Keywords: deviant behavior, personnel management, organizational culture.

Деятельность организации зависит от множества факторов, как внутренних, так и внешних. Одним из важнейших является наличие организационной культуры как элемента внутренней среды. При этом важно чтобы ценности, нормы, модели поведения сотрудников соответствовали целям организации и ее философии. Но такое бывает не всегда, нормы поведения сотрудников зачастую противоречат законам организации, тогда говорят об отклоняющемся (девиантном) поведении.

В научной литературе даются различные определения отклоняющегося от нормы поведения. Но все авторы основным критерием девиаций считают нарушение норм, отклонением от установленных стандартов.

При анализе девиантных проявлений в жизни организации оперируют такими понятиями, как алкоголизм сотрудников, взяточничество, бюрократизм, злоупотребление служебным положением, блат, недобросовестное отношение к своим обязанностям, хищения, мошенничество, бесхозяйственность, подделка документов, использование ресурсов организации в личных целях, раскрытие коммерческой тайны и т.п.

В России часто наблюдаются нарушения условий трудовых договоров, из которых наиболее распространенным является оплата «в конвертах». Такие нарушения условий контрактов определяются как «сговор» между работодателями и персоналом (о наличии таких отношений заявили свыше 90% респондентов) [3, с. 13].

Заслуживает внимания классификация поведения сотрудников А.Я. Кибанова на такие типы, как «примерный и дисциплинированный член организации», «приспособленец», «оригинал», «бунтарь» [1, с. 42–44].

Первый тип в данной классификации склонен принимать ценности и нормы поведения организации. Второй тип поведения («приспособленец») может не разделять ценности организации, но при этом следует нормам поведения, в ней принятым. И хотя его трудовое поведение соответствует правилам, он ненадежный работник, так как способен совершать действия, противоречащие ценностям организации, но соответствующие своим собственным ценностям и интересам. «Оригинал», наоборот, разделяет ценности организации, но его поведение может не вписываться в её нормы, поэтому он может выглядеть странным в глазах сотрудников (это, кстати, довольно типично для людей гениальных, инноваторов). «Бунтарь» – это сотрудник, не разделяющий ни норм поведения, ни ценностей организации, в результате чего он провоцирует конфликты. В последнем случае и можно говорить об отклоняющемся поведении.

Ещё одна известная классификация типов девиации разработана А. Томпсоном. Работы разделены на подтипы с учетом двух факторов: организована ли работа по принципу взаимодействия или выполняется индивидуально; возможна ли определенная степень автономности или применения строгих правил и классификации обязанностей исполнителей.

В зависимости от того, как эти два измерения – сила вовлечения в группу и сила правил – оцениваются как сильные или слабые, они создают матрицу, представляющую четыре прототипа девиантного поведения (рис.1):



Рис. 1. Четыре прототипа трудовой культуры в части девиации

Приведенные выше прототипы обладают общими характеристиками и также связаны с определенными видами девиаций на работе (кражи, обман, подмены и др.).

У «ястребов» (слабые правила и вовлечение в группу) есть склонность жить по своим правилам или менять их в свою пользу. Они не отличаются преданностью, поэтому могут уходить к конкурентам, иногда перетягивая за собой ресурсы прежней организации.

«Ослы» (сильные правила; слабое вовлечение в группу). В работе «ослов» сильны правила, у них часто низкий статус и относительная изолированность друг от друга, как, например, у кассиров в супермаркетах. Они могут реагировать на это желанием повысить независимость, обеспечить свои интересы за счёт разнообразных нарушений правил, например, воровства и обмана. Отсутствие группы ведет к неограниченному использованию должностных полномочий в корыстных целях, поэтому подобные деяния могут быть весьма опасны для организации.

«Волчьи стаи» (сильные правила и сильное вовлечение в группу). Ремонтно-эксплуатационные, строительные бригады являются примером «волчьих стай», вообще все профессии, основанные на принципах группового труда, где присутствует иерархия, внутренний контроль. Девиации у них носят групповой характер, они действуют в соответствии с неформальными нормами, в которых строго соблюдаются правила поведения и есть разделение труда. Групповой характер отклонений предполагает обучение технике и практике девиаций.

«Стервятники» (слабые правила/классификация; сильное вовлечение в группу). К «стервятникам» относят коммивояжёров, водителей такси (одного таксопарка), прислугу. Группы «стервятников», как правило, нестабильны как в части их состава, так и в части поведения, имеют собственные интересы. Довольно типичен среди «стервятников» сговор между работниками и менеджментом нижнего уровня. Часто имеют место девиации, улаживаемые посредством тайного сговора высших менеджеров до тех пор, пока предмет не становится явным, что усиливает присущую «стервятникам» нестабильность положения.

Есть исследования, связывающие тип поведения с типом организационной культуры. Экономическое поведение бизнес-группы зависит от присущей ей организационной культуры: в условиях культуры власти для менеджеров характерно прагматическое поведение, а для исполнителей – безразличное поведение; в условиях культуры роли для менеджеров характерно профессиональное или прагматичное поведение, а для исполнителей – профессиональное или безразличное поведение; в условиях культуры задачи для всех участников характерно профессиональное поведение [5].

Для преодоления проявления членами бизнес-группы девиантного поведения, ведущего к нерациональному использованию ресурсов, предложена методика распределения финансовых ресурсов, предусматривающая применение конкурсного механизма и механизма внутреннего кредитования [5].

На трудовое поведение сотрудников организации оказывает влияние множество факторов, среди которых и личные черты, и специфика группы, кадровая политика, стиль управления, условия труда и др.

Девиантный тип поведения сторон отмечен на предприятиях, имеющих организационно-правовую форму ООО, ЗАО, индивидуальных предприятиях (это отмечают свыше 60% респондентов) [3, с. 13].

К числу наиболее значимых факторов, порождающих отклоняющееся поведение, могут быть отнесены: организационно-правовая форма предприятий, их размер, демографические характеристики работников. Справедливость этих выводов подтверждена статистически [3, с. 14].

Довольно типичный фактор, ведущий к отклонениям, – большая величина организации, что ведет к обезличиванию. Например, в исследованиях оправданий девиации было выяснено, что воровство, совершенное корпорацией, вовсе не рассматривалось как что-то аморальное, в отличие от воровства, совершенного конкретным человеком [4, с. 338].

Таким образом, величина предприятия, определяемая по численности работающих, однозначно влияет на характер поведения. На крупных предприятиях более силен контроль социальных параметров труда (условия труда, режим и т.п.), более формализованы процедуры учета в отчетности, что существенно затрудняет использование приемов двойной бухгалтерии [3, с. 13–14].

Сфера деятельности предприятия (услуги, торгово-закупочная, посредническая деятельность и т.п.), безусловно, определяет тип поведения. Именно здесь работодатель имеет возможность обойти все требования и нормы трудового законодательства: оплата больничного листа, предоставление отпуска и т.п.

Доказано, что «недоплаченная» работа является главной причиной деструктивного поведения на предприятиях. Она может компенсироваться за счет особого вида взаимодействия – «обмена дарами», иными словами, оказанием работниками и хозяевами взаимных услуг друг другу (работа за мизерные деньги в обмен на послабление трудового режима, за допущение нарушений трудовой дисциплины, распитие спиртных напитков на рабочем месте) [2, с. 9].

Деструктивное поведение может возникать как результат различных уровней дезадаптации к социальной среде. Основной социальной причиной дезадаптации индивида является отсутствие гармонии между его потребностями и возможностями их удовлетворения; между ожиданиями и состоянием социальной среды организации [2, с. 17].

В целом, хотя причин девиантного поведения множество, наиболее распространённой можно считать неудовлетворенность сотрудника своей работой, коллективом или руководством организации.

Для борьбы с девиантностью в организации необходим комплекс мер. С момента поступления в организацию с работником необходимо проводить ориентацию и организационную социализацию, под которой понимают процесс, в рамках которого сотрудник постигает ценности, раскрывает свой потенциал, формирует нужное для организации поведение. В целом процессы социализации, в том числе организационной, направлены на сочетание интересов индивида и организации [4, с. 336]. Ориентация представляет собой процесс обеспечение нового сотрудника информацией, необходимой для быстрого привыкания к трудовой среде и выполнения своих профессиональных обязанностей. Ориентация имеет цели: формирование благоприятного отношения к организа-

ции нового сотрудника; развитие позитивного отношения к работе, в конечном счете повышение удовлетворенностью работой.

Важнейшая задача руководителей и менеджера по персоналу в том числе – управление поведением персонала для обеспечения достижения целей организации и это управление осуществляется в несколько этапов. Для начала необходимо выявить формы поведения, связанные с трудовой деятельностью, желательные для организации, оценить их по количественным и качественным составляющим элементам. В процессе оценки персонала функциональные виды поведения должны получать поощрение, а девиантные – наказание. Для объективности оценки в поведении выделяют действия, которые можно количественно оценить, например, достижение конкретных результатов, количество поданных идей, опоздания или отсутствие на рабочем месте (в минутах, днях), задержка с перерыва, частота перекуров.

Для дальнейшего предотвращения появления девиантного поведения на работе недостаточно разовых наказаний, а требуется система мер, необходимо задействование комплекса инструментов, влияющих на их интересы, потребности сотрудников, которые определяют организационное поведение. Центральное место в этом комплексе занимает мотивация. Кроме различных систем мотивации, другими инструментами в формировании функционального организационного поведения сотрудников выступают такие процессы и процедуры как управление карьерой работников, их перемещение в соответствии со способностями и желаниями, оценка персонала, управление дисциплинарными отношениями, нормирование и регламентация труда, профессиональное обучение и развитие, формирование здорового социально-психологического климата. В целом можно сказать, что весь арсенал средств и методов активной кадровой политики способствует предотвращению девиантного поведения персонала.

Список литературы

1. *Ветошкина Т.А.* Организационное поведение: Учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во Уральского гос. горного ун-та, 2006. 255 с.
2. *Михеева Е.Н.* Деструктивное трудовое поведение на региональных предприятиях в новых условиях хозяйствования: на примере г. Волгограда и Волгоградской области: Автореф. диссертации ... канд. социол. наук. Волгоград, 2005. 27 с.
3. *Носачев В.В.* Девиантное поведение в организациях: причины, содержание и противодействие через управление персоналом: Автореф. диссертации ... канд. социол. наук. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2005. 18 с.
4. Организационное поведение: Учебник для вузов / Под ред. *Г.Р. Латфуллина, О.Н. Громовой.* СПб: Питер, 2006. 221 с.
5. *Переяславова О.Г.* Социальное содержание экономической деятельности российских интегрированных бизнес-групп: Автореф. диссертации ... канд. социол. наук. Новочеркасск, 2010 / <http://cheloveknauka.com/sotsialnoe-soderzhanie-ekonomicheskoy-deyatelnosti-rossiyskih-integrirrovannyh-biznes-grupp> (дата обращения: 14.02.2018).

УДК 369

Соловьев Аркадий Константинович
Департамент актуарных расчетов
и стратегического планирования
Пенсионного фонда Российской Федерации,
Москва

СОЦИАЛЬНЫЕ РИСКИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. Анализ современной практики реализации пенсионной реформы показывает, что ее эффективность зависит не только от оптимизации самой пенсионной модели, но в большей степени – от «внешних» факторов и рисков, которые сопровождают весь долгосрочный период пенсионного страхования (в отечественных условиях в среднем до 70 лет). В мировой практике развития пенсионных систем наиболее значительное влияние оказывают макроэкономические и демографические риски.

В текущем столетии на первое место выдвигается новый комплекс рисков, обусловленный цифровой экономикой. Цифровые риски развития пенсионного обеспечения проявляются в резком сокращении потребности в участии населения в трудовых процессах и активном «вытеснении» и замещении человеческого труда из производственных процессов. Это означает сокращение трудовой занятости и необходимости изменения системы трудовых отношений как экономического механизма распределения результатов труда между работодателем (получение прибыли) и работником (получение зарплаты).

Ключевые слова: цифровая экономика, социальные риски, человеческий труд.

Soloviev Arkadiy, C.
Department of Actuarial and Strategic Planning
Pension Fund of the Russian Federation, Moscow

SOCIAL RISKS OF DIGITAL ECONOMY

Abstract. The analysis of modern practice of realization of pension reform shows that its efficiency depends not only on optimization of the most pension model, but more – on “external” factors and risks which accompany all long-term period of pension insurance (in domestic conditions on average up to 70 years). In world practice of development of pension systems the most considerable impact is exerted by macroeconomic and demographic risks.

Current century on the first place the new complex of risks caused by digital economy moves forward. Digital risks of development of provision of pensions are shown in sharp reduction of need for participation of the population in labor processes and active “replacement” and replacement of human work from productions. It means reduction of labor employment and need of change of system of the labor relations as economic mechanism of distribution of results of work between the employer (receiving profit) and the worker (receiving salary).

Keywords: digital economy, social risks, human work.

В связи с глобальной цифровизацией экономики, которая, безусловно, будет оказывать влияние на все общественные и социальные институты, в том числе на рынок труда и пенсионную систему, следует подчеркнуть, что в теории пенсионного страхования продолжительность трудового стажа и заработ-

ная плата являются отправными точками для исчисления размера страховой пенсии и ее дифференциации для различных категорий застрахованных лиц.

Комплексный актуарный анализ рисков финансовой обеспеченности государственных пенсионных обязательств показывает, что прямого влияния старения населения на увеличение численности пенсионеров и тем более на рост расходов бюджета ПФР и федерального бюджета не наблюдается. Причина современных и будущих проблем финансовой сбалансированности бюджета заключается в том, что пенсионная система в современных условиях полностью интегрирована в экономику и все ее экономические параметры в первую очередь зависят от уровня развития экономических отношений между участниками пенсионной системы. Демографические факторы (гендерная структура, динамика рождаемости) могут выступать только как ограничители для реализации экономических отношений участников пенсионной системы [1, с. 63].

Критерием формирования пенсионных прав в рыночных трудовых отношениях является принцип учета «трудового вклада» каждого пенсионера в государственную пенсионную систему путем механизма страхования заработка/дохода каждого работника в течение всего периода трудоспособной жизни. Количественными критериями измерения этого трудового вклада в страховой пенсионной системе общепризнаны показатели трудового стажа и заработной платы/дохода.

Трансформация пенсионной системы на страховые экономические механизмы наряду с позитивными сдвигами (расширение условий дифференциации размеров пенсии, отказ от нормативного стажа, выбор пенсионных солидарных или накопительных пенсионных программ и т.д.) сопровождается радикальным изменением в бюджетно-финансовом обеспечении накопленных государственных пенсионных обязательств. При этом пенсионная система как общественный институт должна быть встроена с одной стороны в государственную систему управления в части бюджетного планирования, а с другой учитывать весь комплекс социально-демографических факторов, что делает ее полностью зависимой от всех факторов, определяющих как макроэкономическое развитие страны, так и демографические процессы [2, с. 50].

Следует подчеркнуть, что дефицит пенсионных прав наиболее сильно сказывается на застрахованных лицах младших пенсионных возрастов 16–25 лет практически без гендерных различий. В то время как в старших возрастах доля численности застрахованных лиц трудоспособного возраста, не формирующих пенсионные права, начиная с 2002 г. составляет 12–13%, причем со значительным превышением у мужчин. Рост хронической незанятости наиболее негативно сказывается не только на объемах пенсионных прав застрахованных лиц, но и на сокращении страховых доходов пенсионного бюджета. Численность застрахованных лиц трудоспособного возраста, не формировавших пенсионные права в отчетном году (т.е. величина текущей незанятости), возросла с 19 млн. чел. в 2002 г. до 31 млн. чел. в 2017 г., или на 62,5%. Доля незанятых застрахованных лиц трудоспособного возраста увеличилась за 10 лет с 25,6% до 35,3%.

Еще один экономический аспект незанятости, который в условиях развития цифровой экономики создает риски сокращения охвата государственным пенси-

онным страхованием застрахованных граждан, и является все более заметным фактором недополучения доходов бюджета ПФР – это занятость в течение года.

Анализ показывает, что из общего числа наемных работников полный год заняты только 68% женщин и 60% мужчин. Остальные работают менее года. Более того, 9% работавших в 2011 г. женщин и 12% мужчин в течение года были заняты менее 6 месяцев.

Из общего числа застрахованных лиц трудоспособного возраста около 14,4 млн. за период с 2002 по 2011 гг. официально не были заняты и не уплачивали взносы. Их доля в численности зарегистрированных в СПУ лиц этого возраста составила 16,4%. Без учета неработающих получателей трудовой пенсии по инвалидности численность лиц трудоспособного возраста, не имеющих страхового стажа с 2002 г. (т.е. незанятых в течение полного 10-летнего периода), составила в расчете на 2017 г. 12,7 млн. чел.

Для оценки потери пенсионных прав застрахованных лиц от хронической незанятости следует рассмотреть их возрастные группировки. Так, не имеют ни одного дня стажа за период 2002–2017 гг.:

- застрахованные лица, которым до достижения пенсионного возраста осталось 10–15 лет, – 14,4% мужчин и 11,6% женщин;
- застрахованные лица, которым до пенсии не более 5 лет, – 15,2% мужчин и 12,1% и женщин.

Очевидно, что данная категория застрахованных лиц в оставшееся до пенсионного возраста время не успеют выработать необходимый стаж и станут получателями социальных пенсий – по государственному пенсионному обеспечению – спустя 5 лет после достижения общеустановленного пенсионного возраста. В долгосрочной перспективе это приведет к росту числа бедных пенсионеров, которые потребуют целевого финансирования за счет средств федерального бюджета.

Решение стратегической задачи – долгосрочной сбалансированности и устойчивости пенсионной системы может быть достигнуто только при осуществлении комплекса мероприятий и в самой пенсионной системе (параметрической настройке ее нестраховых сегментов), и во внешних – макроэкономических факторах функционирования пенсионной системы. При этом главное направление «предотвращения демографической угрозы старения» для роста нагрузки на федеральный бюджет заключается не в секвестре их пенсионных прав различными методами, а в создании объективных условий на рынке труда для реализации трудовых прав граждан на занятость и, соответственно, на зарабатывание собственных пенсионных прав в солидарной страховой пенсионной системе.

Список литературы

1. Соловьев А.К. Исследование влияния неформальной занятости на сбалансированность бюджета ПФР и формирование пенсионных прав работников // Проблемы теории и практики управления. 2017. №10. С. 54–64.
2. Соловьев А.К. Проблема пенсионного дефицита в условиях социальных приоритетов развития экономики // Финансы. 2017. №6. С. 48–54.

УДК 336

Спивак Владимир Александрович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО МИРА И НОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛЮДЬМИ

Аннотация. Современный мир претерпевает существенные изменения, вызванные четвертой промышленной революцией и другими факторами всеобщей и задающей среды человека и его внутреннего мира. Изменяется структура занятости, состав профессий и требования к работникам. Осознание этих вызовов и подготовка к ответу на них является функцией каждого человека и системы образования. Необходимы системные исследования происходящего, выявление и понимание тенденций и направлений изменений, построение моделей, видения будущего, прогнозирование процессов и результатов и управление достижением целей.

Ключевые слова: внешняя среда, изменения, четвертая промышленная революция, проблемы формирования человека.

Spivak Vladimir, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

TRENDS OF DEVELOPMENT OF THE CONTEMPORARY PEACE AND NEW PROBLEMS OF MANAGING HUMAN BEINGS

Abstract. The modern world is undergoing significant changes caused by the fourth industrial revolution and other factors of the general and predetermining environment of man and his inner world. Changes in the structure of employment, composition of occupations and requirements for workers. Awareness of these challenges and preparation for a response to them is a function of each person and the educational system. Systemic research is needed, identifying and understanding trends and directions for change, building models, seeing the future, predicting processes and results, and managing the achievement of goals.

Keywords: external environment, changes, the fourth industrial revolution, problems of human formation.

Известный ученый в области менеджмента, автор многочисленных учебников Ричард Дафт определил совокупность факторов, воздействующих на поведение человека, как результат взаимодействия трех видов среды: внешней общей, внешней задающей и внутренней.

Всеобщая среда (среда косвенного, опосредованного воздействия) – это часть внешней среды, элементы которой значительно рассредоточены, отдалены и воздействуют на человека опосредованно. Она включает социальные, демографические, политические, международные, экономические факторы, законодательство, факторы среды обитания, технико-технологические факторы. Эти факторы не обязательно оказывают прямое воздействие, которое приводит к изменению повседневной деятельности, но, в конечном итоге, их текущее состояние, перспективы изменений следует принимать во внимание, планируя

свою жизнь. Так, под действием научно-технического прогресса могут изменяться требования к составу профессий, требования к образованию, количество рабочих мест на рынке труда, спрос на профессии.

Задающая окружающая среда (среда прямого, непосредственного воздействия) – часть внешней среды, близкая человеку и включающая группы и субъекты, которые осуществляют непосредственные коммуникации с человеком и оказывают прямое влияние на его основную деятельность, стороны жизни и результаты. Это среда, в которой формируются задачи, решаемые человеком. К элементам задающей среды относятся различные организации, в которых работает или с которыми сталкивается, плотно взаимодействует человек, группы интересов и заинтересованные лица, а также средства и способы осуществления коммуникаций, получения информации, обеспечивающие права человека, его существование, потребности.

Внутренняя среда – это внутренний мир человека во всей его системности, сложности, формирующийся и меняющийся под воздействием множества факторов, начиная с генетических, включая внешнюю среду, деятельность. Внутренний мир проявляется в поведении человека, определяемом его личностью и ситуациями, на которые он реагирует и в которых осуществляет поступки, демонстрирует поведение, нрав, стиль, культуру, характер, фобии, настроение и т.п. Ситуации, субъекты, объекты, явления внешней и внутренней среды воспринимаются субъективно как результат работы сознания, в котором факторы внешней среды и внутреннего состояния человека соотносятся со стратегическими и тактическими целями жизни [2, с. 111].

Отметим некоторые принципиальные факторы, влияющие на современное мироустройство, на социальную среду и поведение человека в организационной сфере.

В политической сфере имеет место борьба глобализации и деглобализации (регионализации), борьба за сферы влияния и ресурсы, за однополярный или многополярный мир, осознание многими народами и правительствами космических и природных угроз и необходимости им противостоять совместными усилиями.

В социальной среде возникли такие новые явления, как мультикультурализм, толерантность, либерализм, атомизация общества, преобладание тенденции потребительства, изменение морали.

В экономике имеет место активная цифровизация. Колоссальные изменения происходят на всех рынках, в области миграции населения, расслоения населения, появления новых социальных групп, таких как прекариат и креативный класс, затруднения в работе социальных лифтов, появление новых видов валюты, новых форм занятости, новых профессий, новых очагов и форм конфликтов, четвертой промышленной революции и т.п.

Кроме того, следует отметить следующие внутрироссийские тенденции:

1. Переход на профессиональные стандарты. Проблемы разработки и внедрения профстандартов.
2. Переход на новые уровни квалификации работников в России. Развитие системы независимой оценка квалификации и возникновения проблем ее существования.

3. Появление новых и устаревающих профессий, новых форм занятости и новых требований к работникам.
4. Усиление манипуляции сознанием и ее влияния на управление людьми.
5. Нерешенность проблем дистанционного обучения, электронного обучения и его сочетания с возможностями и необходимостью воспитания.
6. Участие России в международном разделении труда, реализация программ импортозамещения.
7. Осознание проблем социальных перемещений, так называемых «социальных лифтов», создания сословного общества, наличия нескольких групп «элиты», креативного класса, прекариата как социального класса, проблем и факторов его возникновения и управления трудовым поведением. Социальная напряженность, разное понимание социальной справедливости.
8. Проблемы современного лидерства и менеджмента, их взаимоотношений, целей, задач, методов. Борьба за таланты, в том числе таланты к руководству.

Вызовы времени сконцентрированы в концепции четвертой промышленной революции.

В аннотации к книге К.Шваба «Четвертая промышленная революция» говорится: «Мы стоим у истоков революции, которая фундаментально изменит то, как мы живем, работаем и общаемся друг с другом. По масштабу, объему и сложности четвертая промышленная революция не имеет аналогов во всем предыдущем опыте человечества. Нам предстоит увидеть ошеломляющие технологические прорывы в самом широком спектре областей, включая искусственный интеллект, роботизацию, автомобили-роботы, трехмерную печать, нанотехнологии, биотехнологии и многое другое. Клаус Шваб, основатель и бессменный президент Всемирного экономического форума в Давосе, написал руководство, которое призвано помочь сориентироваться в происходящих изменениях и извлечь из этого максимум выгоды. Эта книга для тех, кто интересуется нашим общим будущим и кто твердо намерен использовать возможности революционных технологий, чтобы изменить мир к лучшему» [4, с. 4].

Основными проявлениями четвертой промышленной революции, или Индустрии 4.0, называют смешение технологий физического, цифрового и биологического мира, которое создает новые возможности и воздействует на политические, социальные и экономические системы, все большую индивидуализацию производства и «Интернет вещей».

В книге К.Шваба обращается внимание на такие грядущие и уже начинающие воплощаться изменения: имплантируемые технологии, цифровое присутствие, «цифровидение» как новый интерфейс, носимый Интернет, распределенные вычисления, суперкомпьютер в каждом кармане, хранилище для всех, Интернет вещей и для вещей (под потребности и пожелания конкретного человека), подключенный дом (включая анализ имеющихся и заказ новых продуктов питания в автоматическом режиме), «умные» города, автомобили без водителей, искусственный интеллект и принятие решений, искусственный интеллект

на рабочих местах, робототехника, Bitcoin и цепочка блоков транзакций, электронное правительство и госуслуги, 3D-печать в производстве, здравоохранении, в создании потребительских товаров, спроектированные существа, нейротехнологии. Возможна чипизация людей.

Возрастет социальное и имущественное неравенство, изменятся его факторы, рынки труда, общество, управление людьми, сама личность и требования к ней со стороны бизнеса и системы управления.

Так, изменения, ожидаемые в сфере профессий из-за роста автоматизации, К.Шваб видит, как это показано в табл. 1.

Таблица 1

Примеры профессий, подверженных автоматизации [4, с. 34–35]

<i>Наиболее подвержены автоматизации</i>	
<i>Вероятность</i>	<i>Профессия</i>
0,99	Специалисты по телефонным продажам
0,99	Специалисты по оформлению налоговой документации
0,98	Страховые оценщики, автомобильный ущерб
0,98	Судьи, арбитры, другие должностные лица в спортивной индустрии
0,98	Секретари по правовым вопросам
0,97	Официанты и хостесы
0,97	Агенты по продаже недвижимости
0,97	Подрядчики в индустрии сельского хозяйства
0,96	Секретари, помощники по административной работе, за исключением юридической и медицинской сферы, а также помощников для высшего руководства
0,94	Курьеры и разносчики
<i>Наименее подвержены автоматизации</i>	
<i>Вероятность</i>	<i>Профессия</i>
0,0031	Социальные работники, оказывающие помощь людям, страдающим психическими расстройствами и наркотической зависимостью
0,0040	Хореографы
0,0042	Терапевты и хирурги
0,0043	Психологи
0,0055	Управляющие кадровыми ресурсами
0,0065	Аналитики компьютерных систем
0,0077	Антропологи и археологи
0,0100	Морские инженеры и судостроители
0,0130	Менеджеры по продажам
0,0150	Генеральные директора

Отечественные исследователи из инновационного центра «Сколково» также предвидят изменения в сфере профессий. В опубликованном на основании их исследований «Атласе новых профессий» выделены новые профессии, появляющиеся в связи со сменой технологий, использованием новых практик работы и новых

запросов потребителей, профессии, изменяющиеся под воздействием ИКТ и других технологий, а также профессии-пенсионеры, исчезающие в результате автоматизации и других технологических и социальных изменений [1].

Интересен приводимый в этой работе список так называемых «Надпрофессиональных навыков», т.е. тех, которые будут практически востребованы повсеместно.

Надпрофессиональные навыки, которые были отмечены работодателями как наиболее важные для работников будущего, таковы:

1. Мультиязычность и мультикультурность (свободное владение английским и знание второго языка, понимание национального и культурного контекста стран-партнеров, понимание специфики работы в отраслях в других странах).
2. Навыки межотраслевой коммуникации (понимание технологий, процессов и рыночной ситуации в разных смежных и несмежных отраслях).
3. Клиентоориентированность, умение работать с запросами потребителя.
4. Умение управлять проектами и процессами.
5. Работа в режиме высокой неопределенности и быстрой смены условий задач (умение быстро принимать решения, реагировать на изменение условий работы, умение распределять ресурсы и управлять своим временем).
6. Способность к художественному творчеству, наличие развитого эстетического вкуса.
7. Программирование ИТ-решений / Управление сложными автоматизированными комплексами / Работа с искусственным интеллектом.
8. Умение работать с коллективами, группами и отдельными людьми.
9. Системное мышление (умение определять сложные системы и работать с ними, в том числе системная инженерия).
10. Бережливое производство, управление производственным процессом, основанное на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь, что предполагает вовлечение в процесс оптимизации бизнеса каждого сотрудника и максимальную ориентацию на потребителя.
11. Экологическое мышление [1].

В этих условиях должны измениться и люди, и система образования.

Профессор СПбГУ, заведующая кафедрой проблем конвергенции естественных и гуманитарных наук, руководитель лаборатории когнитивных исследований, доктор филологических и биологических наук Татьяна Черниговская в результате своих исследований приходит к выводу, что «люди со знаниями «как у всех» станут лишними». В своем выступлении на Гайдаровском форуме она отметила следующие изменения и проблемы.

Современных детей стоит учить тому, как тренировать память, удерживать внимание, как классифицировать информацию и где искать ту, которой

можно верить, как вести себя в ситуации бесконечного стресса и цейтнота. По словам ученого, мы уже находимся в другой цивилизации. «Не стоит делать вид, что искусственный интеллект – это где-то в будущем. Будущее уже здесь. То, на что раньше уходили тысячелетия, потом столетия, потом десятилетия, сейчас занимает месяцы, часы и дни. Мы разогнались и летим с большой скоростью. Наш мир – текучий, нестабильный, гибридный. Это другой мир, не тот, в котором мы жили еще пять лет назад. И это необратимые перемены, которые имеют глобальное значение. Мы просто должны это осмыслить. Мир стал нечеловекомерен. Появились величины и пространства, в которых мы не живем: наносекунды, нанометры. Но все это уже влияет на нашу цивилизацию, и мы должны знать, как в этом мире жить, что нам делать, какое получать образование», – считает нейробиолог. По словам Черниговской, «цифровая реальность становится признаком отбора. Задача преподавателей – сделать так, чтобы обучающимся стало интересно то, что мы предлагаем. Если им не интересно, нечего тратить на это время и деньги – пустое дело! Преподавать должны люди, которые не просто доносят какую-то информацию, но объясняют, комментируют, провоцируют, вызывают на диалог, возбуждают протест. Это должны быть люди, у которых мозги еще не залеплены пластилином» [3].

Таковы, на наш взгляд, некоторые вызовы современного мира, которые должны быть учтены и каждым человеком, и системой образования, и каждым педагогом в своей деятельности.

Список литературы

1. Атлас новых профессий. Агентство стратегических инициатив. Сколково. М., 2015. <http://edu2035.org/pdf/GEF.Atlas-ru.pdf> (дата обращения: 23.10.2017).
2. *Дафт Р.* Менеджмент. СПб.: Питер, 2006.
3. *Подосоковский Н.* Нейробиолог Татьяна Черниговская: Люди со знаниями «как у всех» станут лишними. <https://philologist.livejournal.com/10010937.html> (дата обращения: 10.02.2018).
4. *Шваб К.* Четвертая промышленная революция. М.: Эксмо, 2016.

УДК 336

Шахбазов Кямилъ Агазаман оглы
Азербайджанский государственный
экономический университет

СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Аннотация. Современная конкуренция сталкивает коммерческие банки ее сложными проблемами, в том числе с проблемами использования персонала. В значительной степени качество персонала сильно влияет на эффективную деятельность банка. В статье анализируются актуальные вопросы подготовки банковского персонала, факторы, влияющие на уро-

вень ее квалификации, культуру труда, на сам банковский бизнес. В целом статья посвящена изучению эффективной стратегии коммерческого банка.

Ключевые слова: социальный, банк, коммерческий, миссия, кадровый, функциональный, ресурсы, персонал.

Shahbazov Kyamil, A.og.

Azerbaijan State University of Economics

MANAGEMENT STRATEGY BY THE PERSONNEL OF COMMERCIAL BANK

Abstract. A modern competition pushes off commercial banks her thorny problems, including with the problems of the use of personnel. Largely quality of personnel strongly influences on effective activity of bank. The pressing questions of preparation of bank personnel are analysed in the article, factors influencing on the level of her qualification, to the culture of labour, on bank business. On the whole the article is sanctified to the study of effective strategy of commercial bank.

Keywords: social, a bank, commercial mission, is skilled, functional, resources, personnel.

В современных условиях коммерческие банки обладают одинаковыми условиями деятельности: это выбор рынка услуг, потенциальные источники финансирования, правовые основы деятельности, выбор банковского оборудования. Но есть один аспект, который делает банк отличным от банков-конкурентов. Это сотрудники банка.

С этой точки зрения каждый банк будет сталкиваться с конкуренцией. Формирование банковского рынка потребовало существенных преобразований в системе подготовки кадров для работы в новых условиях. Принципиально новые условия и содержания деловой активности кардинальным образом изменили требования к качествам, которыми должны обладать специалисты, прошедшие обучение и желающие заниматься банковской деятельностью. Услуги, оказываемые банками, в той или иной степени взаимозаменяемы, поэтому решение клиента о выборе банка в значительной степени зависит от компетентности персонала банка. Решающее значение для успешной экономической деятельности при контактах с клиентами имеет поведение работников. При этом важную роль играет принципиальное отношение сотрудника банка к своей работе. В значительной степени оно влияет на его действие при общении с клиентами, т.е. на его поведение при работе с ними.

В недалеком прошлом банковское дело было относительно стабильным, а изменения происходили медленно. Стабильными были состав и численность работников. Система общественного образования обеспечивала достаточные знания для работы на начальном уровне. Требования, предъявляемые к квалификации и культуре труда, для отдельных видов деятельности мало различались. Но происходящие изменения в банковском бизнесе требуют нового подхода, а именно:

- банковский бизнес стал достаточно динамичным;
- возросла конкуренция между банками;
- из-за этих изменений и ряда других факторов банки полностью меняют свою стратегию либо разрабатывают более детализированную стратегию бизнеса на ближайшее время.

За последние несколько лет интеллектуальный потенциал кадров азербайджанских банков значительно вырос. По некоторым оценкам, доля специалистов в общей численности персонала коммерческих банков составляет 80–85%. Происходит и омоложение кадров – средний возраст работающих составляет 30–35 лет. Однако, согласно материалам печати и оценкам экспертов, профессиональных кадров коммерческим банкам все равно катастрофически не хватает. Все учебные заведения готовят специалистов для работы в коммерческих банках, однако качество их подготовки не соответствует современным требованиям. В настоящее время единственным мотивом работников коммерческих банков являются материальные стимулы. Поэтому в банковской системе наблюдается очень сильная текучесть работников.

Адаптация банковских работников во многом зависит и от взаимоотношений в коллективе банков. Фактор корпоративности в банковской среде во многом уступает место родственным отношениям. Коммерческие банки зачастую формируются кадрами исходя из принципа преданности, нежели принципа квалифицированности.

Другим негативным фактором при комплектовании персонала коммерческих банков является несоответствия качества подготовки специалистов в высших учебных заведениях и современные потребности к специалистам коммерческих банков. Это несоответствие во многом определяется относительной молодостью коммерческих банков республики.

Решающее значение для успешной экономической деятельности при контактах с клиентами имеет поведение работников. При этом важную роль играет принципиальное отношение сотрудника банка к своей работе. В значительной степени оно влияет на его действие при общении с клиентами, т.е. на его поведение при работе с ними.

Исследования показывают, что около 85% кандидатов на работу в коммерческом банке обладают знаниями в области компьютерных технологий, по крайней мере, на уровне пользователей. Не работают с компьютером только претенденты на должности водителей, административно-хозяйственных служащих и другой обслуживающий персонал. В небольшом банке данный показатель ниже и составляет около 60% всех кандидатов. Английским языком владеют 63% кандидатов крупного банка, среди них 9% владеют им в совершенстве. Немецкий язык знают 19%, французский и испанский – 8%. Двумя языками владеют 8% опрошенных.

Для поднятия такого интеллектуального потенциала на более высокий уровень необходимо усилить корпоративную культуру. Поэтому не случайно и за рубежом, и в современных фирмах уделяется большое внимание методом управления персоналом, которые в выделенной нами квалификации являются общими по сфере влияния, коллективным по субъекту применения, косвенными по способу воздействия, долгосрочными по времени действия. К таким методам можно отнести развитие корпоративной культуры.

Корпоративная культура – это совокупность доминирующих стереотипов, ценностей и правил, которые находят свое логическое воплощение в типичных и поощряемых моделях поведения, взаимодействия членов организации друг с другом и с представителями внешней среды, а также в различных продуктах организационной деятельности.

Корпоративная культура формирует определенный стиль взаимодействия членов организации с постоянно изменяющейся внешней средой, позволяющей организации выжить и развиваться.

Под корпоративной культурой понимается атмосфера, микроклимат, традиции, стандарты и нормы поведения сотрудников, ценности, принятые определяющим большинством коллектива.

Корпоративная культура представляет собой развивающийся и совершенствующийся социальный феномен. Она существует и трансформируется под влиянием многих факторов, которые обуславливают спонтанность изменения черт и доминирующих элементов.

Уникальное профессиональное ядро кадрового потенциала – таково основное конкурентное преимущество любой компании, включая и банковскую среду. В XXI веке это утверждение, по оценке зарубежных аналитиков, обретает силу закона для успешного предпринимательства, поскольку приспособиться к непредсказуемым и нередко хаотическим переменам в рыночной среде может только высококомбинированный, ориентированный на постоянное развитие персонал. Но это в свою очередь резко повышает требования ко всей кадровой работе в корпорациях.

Миссия специалиста по человеческим ресурсам в современной конкурентной среде – наращивать кадровый потенциал корпорации, чтобы реализовать ее бизнес-стратегию. В банковской сфере высокая степень профессиональной подготовки и компетентность персонала являются особенно важными, поскольку банковская система в целом оказывает значительное влияние на микроэкономические процессы в экономике.

Современный научный подход и практика зарубежных банков свидетельствуют о том, что эффективность обучения и повышения квалификации будет достигнута при соблюдении поэтапного подхода.

Следует отметить, что если рассматривать обучение со стороны стратегии, то это развитие или изменение квалификации, навыков, отношения представлений поведения персонала. Конечно, эффект от такого обучения будет наблюдаться в долгосрочной перспективе, при обязательном условии ее поддержки и развития на рабочем месте. К стратегическим направлениям относятся семинары – тренинги по принятию решений, формированию команды, лидерству, переобучение.

Перечисленные выше этапы процесса обучения и повышения квалификации в целом соответствует мировой практике.

Управление персоналом любой организации невозможно без оценки сотрудников, поскольку, как минимум, найм и оплата труда предполагают нали-

чие договоренностей между работодателем и работником о результатах и достижениях, которые необходимы для функционирования банка. При этом даже там, где оценка не является формализованной, различные стороны трудового поведения оцениваются на основе опыта руководителя, по интуиции.

В силу объективных причин и субъективных обстоятельств разные сотрудники выполняют возложенные на них функции по-разному.

Список литературы

1. Современное управление: Энциклопедический справочник. Т. 1 / Под ред. Д.Н. Корпухина, Б.З. Мильнера. М.: Издатцентр, 1997. 740 с.
2. Кулиев Т. Парадоксы экономических теорий. Баку, 2008. 313 с.
3. Мединский В.Т., Шарпунова Л.Г. Инновационное предпринимательство: Учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2007. 228 с.
4. Яковсон А. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. М.: Омега-Л., 2014. 176 с.

УДК 331.1

Яковлева Елена Владимировна
Омский государственный технический университет

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Аннотация. В статье приводятся результаты исследования, позволившего классифицировать уровни интеллектуальных ресурсов работников на предприятиях отрасли; определить виды кадровой политики, соответствующие уровню организации управления; оценить влияние организационных уровней управления интеллектуальными ресурсами работников на интеллектуализацию персонала и результаты инновационной деятельности предприятия; определить чрезвычайные условия эффективного управления интеллектуальными ресурсами работников на инновационных предприятиях отрасли.

Ключевые слова: персонал, менеджмент, интеллектуальные ресурсы работников, инновационная деятельность, промышленные предприятия.

Yakovleva Elena, V.
Omsk State Technical University

ORGANIZATIONAL LEVELS OF MANAGEMENT OF INTELLECTUAL RESOURCES OF WORKERS AT THE ENTERPRISES OF THE INDUSTRY

Abstract. The results of a research which have allowed to classify from a position of infrastructure and reproduction approach organizational managements of levels of intellectual resources of workers at the enterprises of the industry are given in article; to identify the types of personnel policy corresponding to the level of the organization of management; to estimate

influence of organizational levels of management of intellectual resources of workers on intellectualization of personnel and results of innovative activity of the enterprise; to define emergency conditions of effective management of intellectual resources of workers at the innovative enterprises of the industry.

Keywords: personnel, management, intellectual resources of workers, innovative activity, industrial enterprises.

The fact is that currently a new post-industrial technological way of the sixth generation is forming, its driver is the integration of nano-, bio- and information technologies, and it inevitably entails global structural economic changes and forms entirely new models of production and management. Resources are updated differently under conditions, first of all resources that are accumulated within human intellectual capacities; they are soundly viewed as intellectual-resource basis of technological modernization of the economy on the innovation base.

As a result, there is a necessity to revalue targets of industrial enterprises management, particularly in terms of personnel management on the basis of innovative development priorities raising management interest to the intellectualization of personnel and employees' innovative competencies development on the basis.

The relevance of the scientific problematic, the lack of employees' intellectual resource management research of innovative industrial enterprises have determined the choice of the theme, goals and problems to be investigated, their findings are presented in this article.

Main characteristics of similar industrial subjects of innovative activities included into research sample frame are presented in Table 1. The selection of enterprises was made on the following criteria: the size of the enterprise, its economic activity kind, and its functions in the conditions of innovative processes activization, the type of innovations, innovative process completeness, industrial strategy type, and innovative potential.

Total data segments of empirical analysis were conducted according to Russian industrial enterprises for 2014 – 2016. General sample frame of more than 200 industrial Russian enterprises with employees at least 1,000 people was analyzed. Empirical analysis was conducted according to materials of large industrial enterprises due to, firstly, their role in the modernization of the national economy, and, secondly, the great development of human resource management systems in large industrial sectors.

It was revealed that employees' intellectual resources management as the direction of management activities is still enough outlined and determined in HR management with limited number of large industrial enterprises (in the amount of 102 from 200 of the investigated enterprises). HR management of the given 102 enterprises selected from the sample frame according to the criterion of relatively higher level of employees' intellectual resources management (hereinafter referred as EIRM) of the enterprise was subjected to a deeper analysis to differentiate innovative industrial enterprises according to EIRM organization levels. Following the purpose, industrial enterprises of the sample frame were divided into groups according to: types of economic activity (Fig. 1) and HR number (Fig. 2).

Table 1

Main characteristics of industrial enterprises of sample frame

Criterion Classification 1	Criterion Characteristic 2	Notes 3
The enterprise size	Number of employees is more than 1 thousand people	The empirical analysis was carried out on large industrial enterprises materials due to, firstly, their role in modernization of the Russian economy at the present stage as the most important subjects of innovation transformations, and, secondly, great development in human resource management systems in large industrial sectors
Kind of economical activity	<ul style="list-style-type: none"> – processing – extraction of mineral resources; – production and distribution of electricity, gas and water 	–
Mission in conditions of innovative processes activization	Commercialization and serial production of new products, industrial development of new technologies	<p><i>Strengths:</i> Availability of resources for innovative activity.</p> <p><i>Weaknesses:</i> Lack of motivation to the innovative activities</p>
Innovation type	Productive/Process enterprises – implemented any new or significantly improved products or production process during the period of observation	–
Completeness of the innovative process	Enterprises covering two or more stages of innovative process	<i>Stages of the innovation process:</i> development of the direction of intellectual-innovative activity; innovative process planning; research and experimental-design activity; serial production; production implementing management
The production strategy type	Violent (power) is typical for enterprises operating in large, standard production, specializing in mass production of new products	<i>The direction of positive dynamics:</i> development of explerant (pioneer) strategy associated with creation of new or with complete transformation of old market segments. The strength of explerants is due to introduction of radical or breakthrough innovations.
Innovative potential	Evolutionary technology changing – result of timely developments and highly costs. Enterprises aim to current and perspective market demands, they implement in advance preparation of corresponding technologies	<i>The direction of positive dynamics:</i> there is need in enterprises with potential that allows implementing technological leaps through breakthrough innovations. The enterprises are able to carry out revolution changes of innovative nature by themselves and earlier than their competitors, and it is the result of appropriate focusing of efforts and resources (for example, the largest Russian aerospace industry)

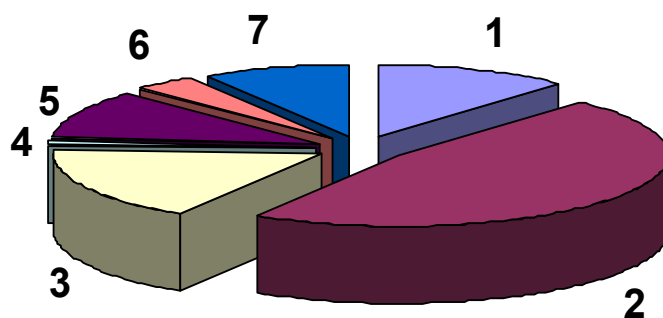


Fig. 1. Distribution of industrial enterprises according to economical activity types: 1 - Oil and gas enterprises (extraction and processing of gas and oil) – 12 enterprises (11.8 %); 2 – Machine building enterprises – 48 enterprises (47 %); 3 – Petro chemistry enterprises, chemistry and petro chemistry producers – 17 enterprises (16.7 %); 4 – Diversified holding companies, concerns – 1 enterprise (0.98 %); 5 – Other enterprises (manufacturing activity) – 11 enterprises (10.8 %); 6 –Extraction of mineral resources – 4 enterprises (3.9 %); 7 – Production and distribution of electricity, gas and water – 9 enterprises (8.8 %)

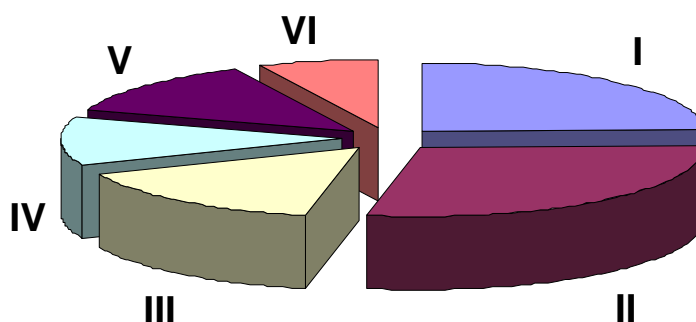


Fig. 2. Distribution of industrial enterprises according to HR number groups: I – approximately 1 thousand people – 25 enterprises (24.5 %); II – 2-5 thousand people – 29 enterprises (28.4 %); III – 5-10 thousand people – 16 enterprises (15.7 %); IV – 10 – 20 thousand people – 12 enterprises (11.8 %); V – more than 20 thousand people – 13 enterprises (12.8 %); VI – more than 100 thousand people – 7 enterprises (6.9 %)

The classification of different organizational levels of employees' intellectual resources management of industrial enterprises according to mentioned criterion was offered:

- a) passive level – presentation in HR enterprise organization not less than one element of employees' intellectual resources management (reproduction process of employees' intellectualization as a complete cycle cannot be organized);
- b) medium-active level – presentation in HR enterprise organization not less than two elements of employees' intellectual resources management (organization of reproduction process of employees' intellectualization (full cycle) is essentially hard);
- c) active level – presentation in HR enterprise organization not less than three elements of employees' intellectual resources management (reproduction process of employees' intellectual resources can be arranged, subject to further development of HR specialization functions);

d) focused-active level – presentation in HR enterprise organization a complete set of elements of employees’ intellectual resources management (reproduction process of employees’ intellectualization is organized and effective as intellectual infrastructure of innovative process);

As separate elements of enterprise employees’ intellectual resources management there were considered: forecasting and planning of employees’ intellectual resources: establishing of the enterprise needs for the current and/or future periods in the identified level of employees’ intellectual potential; formation of employees’ intellectual resources: HR selection, short-listing and formation of high potentials for the implementation of innovative development plans of the enterprise; development of employees’ intellectual resources: qualitative HR mastering according to the needs of innovative sphere of the enterprise; usage of employees’ intellectual resources in the innovative activity process able to the formation of employees’ innovative competence; transformation of employees’ innovative competence into economic potential of the innovative active industrial subject.

Table 2

Identification of HR policy types of industrial enterprises

Level of EIRM organization/ intellectualization level	Criteria of EIRM organization level	EIRM dominating elements	HR enterprise policy from the innovative development priorities points
Passive/reproductive process of intellectualization cannot be organized	Presentation in HR enterprise organization not less than one element of EIRM	1. Intellectual resources development	<i>A. Passive not innovative-oriented:</i> passive innovative-focused orientation of all elements of HR policy
Medium-active/reproductive process of intellectualization is hard to be organized	Presentation in HR enterprise organization not less than two elements of EIRM	1. Forming of intellectual resources. 2. Development of intellectual resources	<i>B. Medium-active innovative orientation:</i> a) HR policy is focused on enterprise being provided with high-qualified employees and forwarding development of the enterprise professional potential; b) HR passive innovative orientation remains in many fields
Active/reproduction process of intellectualization can be organized only if there is EIRM function development	Presentation in HR enterprise organization not less than three elements of EIRM	1. Forming of intellectual resources. 2. Development of intellectual resources 3. Using of intellectual resources	<i>C. Active innovative orientation:</i> HR policy is oriented to forming and developing of innovative and professional co-thinkers’ team able to provide the enterprise dynamic development
Focused-active/reproductive process of intellectualization is organized and effective as innovative process infrastructure	Presentation in HR enterprise organization a complete set of elements of EIRM	Balanced-rational presentation in EIRM all elements of management set	<i>D. Focused-active innovative orientation:</i> HR policy formed according to the principle of reproductive balance of employees’ intellectual resources of the enterprise interested in stable innovative development ensure

According to the level of employees' intellectual resources management there were suggested to distinguish certain types of HR policies of the industrial enterprises. Their identification with the point of innovative development priority is shown in Table 2.

The dependence on the level of employees' intellectual resources management organization from factors of an industrial enterprise size (headcount) and its economic activities kind were determined empirically [1; 2]. Also there was obtained a certain division of enterprises sample frame into groups in accordance with the organizational level of employees' intellectual resources management (Fig. 3, 4).

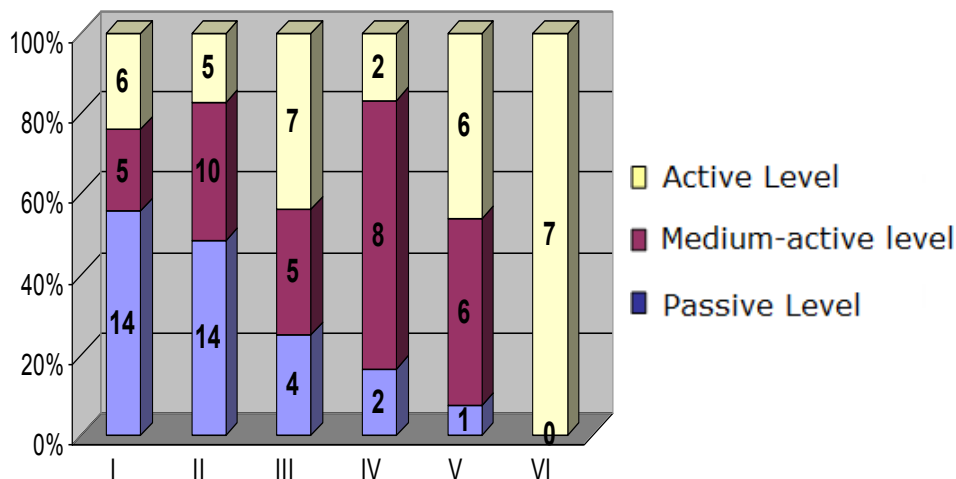


Fig. 3. Quantitative distribution of industrial enterprises according to different organizational levels of EIRM depending on the employees' number: I – approximately 1 thousand people; II – 2-5 thousand people; III – 5-10 thousand people; IV – 10 – 20 thousand people; V – more than 20 thousand people; VI – more than 100 thousand people.

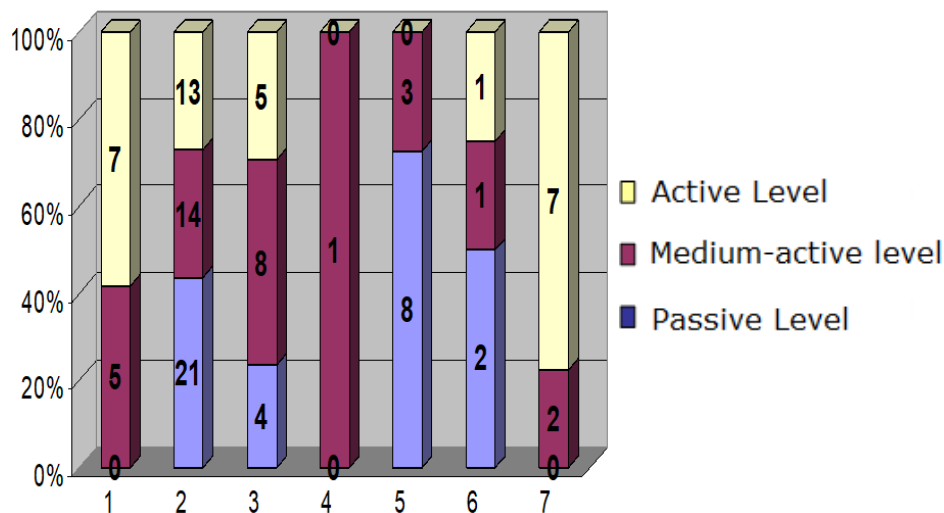


Fig. 4. Quantitative distribution of industrial enterprises according to different organizational levels of EIRM depending on economical activity type : 1 – Oil and gas enterprises (extraction and processing of gas and oil); 2 – Machine building enterprises; 3 – Petro chemistry enterprises, chemistry and petro chemistry producers; 4 – Diversified holding companies; 5 – Other enterprises (manufacturing activity); 6 –Extraction of mineral resources; 7 – Production and distribution of electricity, gas and water

Medium-active and active levels of employees' intellectual resources management are more common for large enterprises employing more than 5 thousand people (groups III, IV, V, VI). Elements of formation, development and effective usage of employees' intellectual capital in traditional and innovative activities dominate mainly in the employees' intellectual resources management. Enterprises employing 1-5 thousand people (groups I, II) have passive approach and corresponding to it organizational level of employees' intellectual resources management, i.e. they have much less pronounced employees' innovative orientation management at predominance of functional element of employees' intellectual resources management. On the other hand, according to economic activity an active organizing level of employees' intellectual resources management is found to be more common in oil and gas companies (exploration and processing of oil, gas), as well as enterprises for production and distribution of electricity, gas and water. Among enterprises of other economic activities there is a relatively higher proportion of passive and medium-active organizational management: for machine building, petrochemical, other kinds of manufacturing activity, and mining production.

From the point of view of solving the problems of forming the innovational development trajectory of modern economy at the sixth post-industrial technological structure the focused-active level of employees' intellectual resources management of enterprises becomes necessary, it is represented by a single set of interrelated elements formed on the principle of reproductive balance of employees' intellectual resources for innovative development of enterprises.

The list of the used literature:

Yakovleva E.V., Miller A.E. Vector orientation of management of intellectualization of personnel of modern industrial enterprises // News of higher education institutions. Sociology. Economy. Policy 2014. №3, pp. 20–23.

Yakovleva E.V. Forming of the controlling mechanism intellectualization of personnel of industrial enterprises: history, prerequisites, basic elements: Monograph. M.: Creative economy, 2016. – 114 p.

Раздел VII

Менеджмент и самоменеджмент в образовании: психолого-педагогический и социологический аспекты

УДК 339.198

Барташевич Дарья Антоновна
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации,
Москва

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ КУРСОВ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА BON AMI)

Аннотация. В статье представлены результаты исследования технологий интернет-маркетинга как важнейшего фактора продвижения компании в сфере образования на современном рынке услуг. Рассмотрены и проанализированы примеры применения продвижения компании в интернете. Полученные выводы позволили выделить направления и рекомендации для их успешного применения.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, маркетинг, сайт компании, сфера образование, рынок услуг.

Bartashevich Darya, A.
Financial University
under the Government of Russian Federation,
Moscow

INTERNET MARKETING AS A KEY FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE COMPANY IN THE SPHERE OF EDUCATION (ON THE EXAMPLE OF THE FRENCH COURSE BON AMI)

Abstract. The article presents the results of the study of Internet marketing technologies as an important factor in promoting the company in the field of education in the modern market of services. The examples of application of company promotion on the Internet are considered and analysed. The findings highlighted the directions and recommendations for their successful application.

Keywords: Internet marketing, marketing, field of education, market of services.

По данным исследований ВЦИОМ [4], роль интернета в современном обществе постоянно растет. Так из всего количества респондентов 80% являются интернет-пользователями. Из которых ежедневно выходят в Сеть – 64%, несколько раз в неделю – 11%. В подтверждение этому можно отметить, что Фонд «Общественное мнение» представил отчет, в котором за 2017 год в России интернет-пользователей 70% от всех россиян в возрасте от 18 лет и старше (81,8 млн. чел.).

Ежедневно пользуются интернетом – 60% (70,4 млн. чел.) (слитый массив данных всех опросов 19,5 тыс. респондентов, проходивших в июне, июле и августе за 2017 год, по данным Фонда «Общественное мнение»). Сегодня интернет является основной площадкой для продвижения своей компании и ее рекламы. Популярность среди пользователей также увеличивается с каждым годом.

Целью проведенного исследования явилось получение результатов и изучения технологий интернет-маркетинга как одного из самых главных факторов продвижения компании в сфере образования.

Актуальность темы обусловлена тем, что в современном мире интернетизация и компьютеризация играют все большую и большую роль, как для потребителей, так и для производителей товаров и услуг. По статистическим данным, наивысшие показатели доступа – это Южная Корея (94%), Австралия (93%) и Канада (90%), но также присутствуют уровни выше 80% в странах: США, Великобритании, Испании, Израиле и Германии. Во многих крупных развивающихся странах 60% населения использует интернет, включая 72% в России и Турции, 68% в Малайзии, 65% в Китае и 60% в Бразилии [2].

Что представляет собой интернет-маркетинг? Это применение технологий традиционного маркетинга в интернете с целью продажи и продвижения продукта или услуги, организация взаимосвязи с потребителями и управление в совокупности данными отношениями.

На сегодняшний день можно говорить о том, что интернет-маркетинг сам по себе стал самостоятельной отраслью, с собственными инструментами и технологиями:

- медийная реклама;
- контекстная реклама;
- таргетинговая реклама;
- поисковая оптимизация (SEO);
- продвижение в социальных сетях: SMO и SMM;
- прямой маркетинг с использованием e-mail, RSS и т.п.;
- вирусный маркетинг;
- партизанский маркетинг;
- интернет-брендинг.

Все представленные выше инструменты интернет-маркетинга достаточно точно могут определить уровень конкурентоспособности на рынке. Рассмотрим некоторые из них подробнее.

В первую очередь, хотелось бы сделать акцент на контекстной рекламе. Именно контекстная реклама создает достаточную стабильность трафика. Контекстная реклама – это разновидность интернет-рекламы, когда сообщение демонстрируется на страницах со схожим содержанием, тематикой.

Еще одним из инструментов действенного интернет-маркетинга, который за последнее время становится все популярнее – реклама в социальных сетях. Можно выделить такие социальные сети, как Instagram, VK, Facebook, Twitter и др., которые имеют огромное влияние на население и формируют общественное мнение. С их помощью можно достаточно быстро создать имя и бренд. Со-

циальные сети формируют дополнительный (а в некоторых случаях основной) трафик, а также являются источником естественных ссылок, когда посетители начинают делиться с друзьями материалами ресурса. Огромным плюсом является то, что создать страничку Вконтакте или на Facebook можно абсолютно бесплатно, что делает соцсети прекрасной площадкой для рекламы компаний. Эксперты отмечают рост всех видов деятельности в социальных медиа, причем даже в тех областях, которые еще в прошлом году не демонстрировали никакой динамики. Природная тяга россиян к общению по-прежнему удерживает нас на первом месте по проценту пользователей соцсетей (в первую очередь местных – «ВКонтакте» и «Одноклассники»). Однако по количеству контактов пользователя Россия пока еще «среднячок» – 47 против 52 в среднем по миру [2].

Сегодня гаджеты составляют важную часть человеческой жизни, и люди очень активно пользуются различными приложениями, потому что они достаточно удобны для использования. Как следствие, для многих компаний создание приложения становится хорошим стартом. Еще в 2016 году Google официально объявил, что будет отдавать предпочтение сайтам, имеющим мобильную версию [6]. Связано это с тем, что мобильный трафик, по некоторым данным, уже превысил трафик с обычных компьютеров и ноутбуков.

Но лицом фирмы в интернете остается сайт компании. Задумываясь о создании сайта для дальнейшего продвижения компании, специалистам необходимо создать сайт, отвечающий запросам потребителей. Содержание играет огромную роль в продвижении компании через интернет. Потенциальный клиент будет обращать внимание не столько на красоту сайта, сколько на информацию, которая будет доступна для чтения на данном сайте. Научно-технический прогресс не стоит на месте. Технологии продвижения сайта стали настолько сложными, что даже крупные компании не имеют возможности самостоятельно продвигать свои сайты, вследствие чего у них возникает потребность обращаться в специальные агентства.

Даже в условиях современной диджитализации нельзя не упомянуть о стандартных инструментах маркетинга. Для качественного продвижения сайта компании маркетологи, в том числе и интернет-маркетологи, используют классические модели маркетинга: изучение целевой аудитории, реклама и PR, стимулирование потребителя – хотя в интернет-маркетинге они проявляется немного в другой форме. Говоря об интернет-маркетинге, стоит упомянуть об аналитике. Исследования эффективности использования технологий просто необходимы. Дальнейшее развитие компании и ее стратегии зависят напрямую от эффективности применяемых технологий. Наименьшая эффективность приводит к тому, что необходимо анализировать рынок и искать новые инструменты для корректировки стратегии и тактики продвижения сайта компании. При этом следует отметить, что наибольших результатов можно достичь, зная информацию о поведении посетителей сайта.

Рынок услуг всегда оставался популярным как среди потребителей, которые пресыщаются одними услугами и требуют новые, так и для предпринимателей. Рынок образовательных услуг достаточно прост для входа, но, чтобы удержаться на плаву и начать зарабатывать, необходимо продумать, каким образом сделать именно свою фирму привлекательной для потребителя.

Перейдем от теории к практике. Возьмем рынок образовательных услуг, а именно курсы иностранных языков. Спрос на данные услуги, в целом, сокращается и смещается с очных занятий в сторону онлайн-обучения, частных репетиторов, приложений для смартфонов. Каждое из направлений альтернативного обучения перетянуло на себя часть клиентов традиционных курсов.

Спрос на иностранные языки стабильно снижается, начиная с середины 2014 г. [1]. С обострением внешнеполитической обстановки люди меньше ездят за границу, появляется меньший спрос на языки в работе и в быту, а также иностранные компании становятся менее заинтересованы в данном виде услуг. А меньшее количество туристических поездок приводит к сокращению у людей спроса на обучение иностранному языку как хобби. Согласно результатам маркетингового исследования компании «Технологии роста» [5] объём рынка платного изучения иностранных языков в негосударственных и коммерческих учреждениях России составляет порядка до 85 млрд рублей в Москве.

В декабре 2017 года автором было проведено исследование касательно того, из каких источников люди получают сведения о курсах иностранных языков. Репрезентативная выборка составила 300 человек. В ходе этого исследования было выявлено, что 86,7% опрошенных узнают о курсах иностранных языков через интернет, в то время, как только 13,3% через знакомых. Телевидение и печатные издания не привлекли ни одного из опрошенных. Информацию о самих курсах большая часть опрошенных (60%) предпочитает узнавать из интернета, при этом 40% предпочитают получить информацию от знакомых. Решающим фактором для выбора курсов у 64,3% остается мнение знакомых, но интернет все равно имеет достаточно высокие позиции – 28,6%. Главный вопрос исследования: «Как интернет-сайт влияет на Ваш выбор?» Для 53,3% опрошенных интернет-сайт оказался важнейшим фактором. Можно сделать вывод, что для каждой компании важно иметь такой сайт, который может привлечь необходимый контент.

Рассмотрим конкретный пример. Курсы французского языка *Bon ami*, которые обладают множеством преимуществ: здание расположено в центре Москвы, высококвалифицированные преподаватели, высокий уровень языка, больший упор на разговорную практику, низкая стоимость занятий. Но тем не менее, обладая, с одной стороны, всеми преимуществами, клиентов набрать не получается (чем выше уровень, тем больше проблем).

Проведя маркетинговое исследование данного рынка услуг [3], можно сказать, что у курсов действительно много конкурентов. Выделяют следующие виды: прямые конкуренты, которые предлагают аналогичные товары одним и тем же группам потребителей и косвенные, которые продают различные товары одним и тем же покупателям.

Рынок услуг по обучению иностранным языкам сегодня довольно разнообразен, но в настоящий момент он все еще находится в стадии роста, что не исключает высокой конкуренции. Субъектами конкурентной среды на сегодняшний день являются:

- частные репетиторы;
- международные институты;

- общеобразовательные учреждения, ВУЗы;
- онлайн-курсы.

Чтобы удержаться на плаву, компания должна быть конкурентоспособной и уникальной. Эту самую уникальность ей и может придать интернет-сайт, через который в свою очередь будет осуществляться интернет-маркетинг.

Рассмотрим сайт курсов французского языка Bon ami. Сам сайт по своей структуре достаточно простой. Все четко и понятно, но такая простота не всегда привлекательна для клиента, который хочет видеть более сложные и более интересные конструкции на сайтах.

В противовес данной компании можно привести ее главного конкурента на данном рынке услуг – EF: education first. Эта одна из самых известных школ иностранных языков не только в Москве, но и во всей России. Компания использует все виды продвижения: интернет-рассылку, рассылку почтой, контекстную рекламу, которая широко применяется, а также классические виды рекламы, как баннеры в метро, развороты в журналах и в брошюрах, на различных сайтах. Компания уверенно растет, развивается и привлекает новых клиентов. Таким успехом она, несомненно, также обязана своему сайту, который в отличие от сайта курсов французского языка Bon ami тщательно продуман. Преимуществом Education first является то, что компания имеет свои аккаунты во многих популярных социальных сетях, таких как Instagram, Facebook и VK. Политика продвижения компании в интернете хорошо продумана. Сайт отвечает всем требованиям клиентов: яркий и красочный, с множеством фотографий, на нем нет абсолютно никакой рекламы, что не отвлекает потенциального клиента. Потребитель легко может найти всю необходимую информацию, а в случае затруднения связаться с менеджером компании и выяснить все интересующие его вопросы.

Интернет сегодня – главный источник информации для подавляющего большинства населения планеты. Задумываясь о создании своего бизнеса, необходимо обращать внимание в первую очередь на рекламу, а именно рекламу в интернете. Красивый, информативный и удобный сайт привлечет клиентов или хотя бы заинтересует их, что также немаловажно.

В заключении можно сказать, что в условиях современной модернизации, интернетизации и диджитализации интернет завладел жизнью людей, вследствие чего начал вытеснять стандартные средства информации такие как телевидение, печатные издания и радио, а также постепенно превратился в один из важнейших факторов продвижения любой компании. Люди постоянно обращаются к интернету за поиском информации, с его помощью стараются решить различные вопросы. Каждая уважающая себя компания имеет свой интернет-сайт и мобильное приложение. Качество Интернет-ресурсов формирует имидж компании, поэтому для интернет-маркетологов крайне важно применение современных методов маркетинга, анализ рынка и поиск целевой аудитории. Интернет-маркетинг остается мощнейшим инструментом, который может помочь бизнесменам увеличить доходность своего бизнеса – при грамотном использовании. Но только комплексное использование инструментов интернет-маркетинга позволит достичь необходимого результата. Это необходимо учитывать, как начинающим предпринимателям, так и крупным корпорациям.

Список литературы

1. Do you speak English. [Электронный ресурс]. 2015. <http://dailymoneyexpert.ru/how-to-spend/2015/10/14/do-you-speak-english-industriya-izucheniya-yazykov-v-krizis-2533.html> (дата обращения: 07.02.2018).
2. Доступ к интернету в мире [Электронный ресурс]. 2016. <http://newreporter.org/2016/03/28/dostup-k-internetu-v-mire-statistika-trendy/> (дата обращения: 07.02.2018).
3. Исследование рынка услуг на примере школы французского языка *Von ami*, проведенного и составленного автором Барташевич Д.А.
4. Количество пользователей интернетом в России [Электронный ресурс]. 2017. http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151 (дата обращения: 12.02.2018).
5. Рынок коммерческого изучения иностранных языков [Электронный ресурс]. 2015. https://professional.ru/Soobschestva/vsesoyuznaya_akademiya_menedzhmenta/rynok_kommercheskogo_izucheniya_inostrannyh_20517782/ (дата обращения: 07.02.2018).
6. Соцсети становятся главной площадкой для продвижения в интернете [Электронный ресурс]. 2016. http://doc.artofweb.ru/doc/Соцсети_становятся_главной_площадкой_для_продвижения_в_интернете (дата обращения: 12.02.2018).
7. *Стелзнер М.* Контент-маркетинг. Новые методы привлечения в эпоху интернета. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.

УДК 378.155.9

Воспитанник Ирина Владимировна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТНЫМИ СИТУАЦИЯМИ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ: ВОЗМОЖНОСТИ МЕДИАТИВНОГО ПОДХОДА

Аннотация. В статье рассматривается управление конфликтными ситуациями в студенческой среде. Медиативные стратегии, способствующие конструктивному разрешению возникающих споров и разногласий среди молодежи, дают возможность участникам конфликта почувствовать психологическую защищенность, а также формируют устойчивость человека к неблагоприятным внешним и внутренним воздействиям среды.

Ключевые слова: конфликтная ситуация, медиативный подход, медиация, процедура медиации, медиатор.

Vospitannik Irina, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

MANAGEMENT OF CONFLICT SITUATIONS IN THE STUDENT ENVIRONMENT: THE POSSIBILITIES OF A MEDIATION APPROACH

Abstract. The article discusses the management of conflict situations in the student environment. Mediation strategy that facilitates the constructive resolution of disputes and disagreements among young people, provide an opportunity to the parties to the conflict to feel the

psychological security, but also form the human resistance to adverse external and internal impacts of the environment.

Keywords: conflict situation, mediation approach, mediation, mediation, mediator.

Современные условия перехода общественной жизни на путь рыночной экономики и динамичные изменения социокультурной ситуации российского общества резко повысили уровень конфликтности в социальной и профессиональной сферах жизнедеятельности человека. Если прежде образование в области конфликтологии было актуально только в сфере гуманитаристики (психология, правоведение, философия), то в настоящее время можно говорить о тотальной необходимости этого рода знаний во всех образовательных сферах, включая технические и экономические.

Всем, кто работает с людьми, необходимо владеть искусством профилактики решения конфликтов и предупреждения их отрицательных последствий. Специалист любой профессии, особенно в сфере управления, должен быть настроен на отсутствие проявлений психологического давления и насилия во взаимоотношениях участников профессиональной деятельности; на создание психологической комфортной атмосферы в коллективе, создание и реализацию условий, способствующих успешному выявлению как внутренних, так и внешних причин конфликтов; на овладение искусством управления конфликтным процессом и коррекции своего поведения в конфликте; на разумное использование на практике психологических методик профилактики и решения конфликтных ситуаций.

Студенческая жизнь в традиционной системе образования характеризуется определенным разрывом между когнитивным (уровень знаний), эмпирическим (практическое внедрение знаний) и креативным (творческое применение знаний в непредвиденной жизненной обстановке) уровнями профессиональной деятельности. Кроме того, она отличается неоднородностью и включает в себя не только учебный процесс, но и разные уровни взаимодействия большого количества людей, что приводит к возникновению различных непредсказуемых и зачастую конфликтных жизненных ситуаций.

В ходе учебно-образовательного процесса и межличностного взаимодействия студентов возникают противоречия и разногласия, которые могут перерасти в конфликт, косвенно причастный к усугублению имеющихся проблем.

Студенческий возраст характеризуется как период интенсивного психического, интеллектуального и личностного развития. В качестве основных достижений данного возраста исследователи называют: вхождение молодежи в различные социальные общности, формирование социально-ответственного поведения, усвоение новых ролей.

Т.В. Черкасова в своих исследованиях выделяет следующие существенные тенденции, вызывающие конфликты в студенческой среде:

- противоречия идеализированного восприятия внешнего мира. Недостаточная теоретическая подготовка к жизни в обществе, полу-

ченная в ходе воспитания, сталкивается с практикой реальной жизни, что вызывает конфликт ценностей и интересов и, как следствие, массовую социальную девиантность в поведении;

- противоречия, обусловленные социально-возрастным неравенством. Молодое поколение испытывает «комплекс неполноценности» и конфликтность в отношениях из-за неадекватности восприятия минимального действия социальных поощрений и максимального воздействия системы наказаний, традиционно применяемых к молодежи;
- противоречия, связанные с социально-психологическим своеобразием молодежи, которое несет в себе потенциал конфликтности, обусловленной склонностью к «взрывной» поведенческой реакции на внешние социальные препятствия и раздражители;
- противоречия, возникающие на фоне растущих потребностей и сужающегося диапазона личностных возможностей для их реализации. В качестве отрицательных факторов реализации удовлетворения потребностей можно рассматривать: завышенность социальных ожиданий со стороны общества по отношению к молодежи и кризис ценностных ориентаций молодежи [3].

Обучение в вузе – это сложный комплексный процесс. Приспособление к новым жизненным условиям зависит от личностных качеств студента, а потому отличается многообразием и непредсказуемостью. Различия в ценностных ориентациях, нормах и установках поведения также провоцируют конфликтные ситуации. Стремление проявить свою индивидуальность, независимость суждений, оригинальность умозаключений, проявления максимализма и «критицизм», категоричность и однозначность нравственных критериев, оценки фактов, событий и своего поведения в том числе – все это служит поводом для возникновения конфликтов в студенческой группе.

А.Ю. Смоленцева в качестве причин возникновения конфликтов в вузе выделяет:

- неадекватность оценок и самооценок как студентов, так и преподавателей;
- различия в ценностных ориентациях;
- невысокая культура общения;
- наличие внутриличностных конфликтов у студентов;
- отсутствие взаимопонимания между субъектами образовательного и воспитательного процесса;
- личностные особенности (темперамент, манеры, характер и др.) [2].

Традиционно управление конфликтными ситуациями рассматривается с позиции избегания деструктивных состояний в процессе взаимодействия и общения. А.Д. Карнышев [1, с. 208] определяет три основных пути по разрешению конфликтов:

1. Давление. Интерпретируется как навязывание человеку собственной точки зрения, своих вариантов поведения с позиции власти,

доминирования над оппонентом. Одна сторона требует, чтобы другая полностью признала его точку зрения. Такой подход к преодолению разногласий не является объективным и принципиальным и воспринимается как авторитарное давление.

2. Компромисс. Согласие на взаимные уступки, проявление терпимости к иным убеждениям при сохранении основных позиций, отношений, взглядов. Впоследствии может перерасти в более острые противоречия, так как основные интересы обеих сторон остаются неудовлетворенными.
3. Интеграция. Взаимное примирение и согласие на основе единства норм, принципов более значимых, чем содержание самого конфликта для обоих оппонентов, единение интересов и ценностей совместной жизнедеятельности. Требуется готовности пожертвовать сугубо личными интересами ради общего дела.

В высшей школе необходимо использовать эффективные технологии разрешения конфликтных ситуаций. На современном этапе развития одним из альтернативных способов преодоления конфликта выступает медиация. Эта старинная форма разрешения спора, предполагающая участие нейтральной незаинтересованной стороны, авторитетной для всех участников разрешения конфликтной ситуации. Ускорение развитию медиации в нашей стране дало принятие Государственной думой федеральных законов от 27.07.2010 №193-ФЗ «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедура медиации)» и от 27.07.2010 №194-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с применением Федерального закона «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедура медиации)».

В соответствии с данным законом, под процедурой медиации понимается способ урегулирования споров при содействии медиатора (независимое лицо либо независимые лица, привлекаемые сторонами в качестве посредников в урегулировании спора для содействия в выработке сторонами решения по существу спора) на основе добровольного согласия сторон в целях достижения ими взаимоприемлемого решения.

Цель медиации – содействовать способности участников спора урегулировать свой конфликт самостоятельно, к взаимному удовлетворению и к обоюдной пользе. Эффективность подобного урегулирования достигается благодаря раскрытию в спорящих сторонах способности к кооперации и коммуникации, за счет целенаправленных действий, ориентированных на будущее решение проблемы, которое позволит сэкономить участникам спора время, эмоциональные ресурсы.

В роли медиатора может выступать преподаватель, который, с одной стороны, следит за соблюдением общих условий ведения процедуры (регламент), выработанных участниками спора в самом начале медиации, и с другой стороны, делает «невывказанные» мотивы сторон осознаваемыми, доступными для

понимания, обсуждаемыми. Медиатор призван обнаружить и сделать прозрачными специфические, постоянно встречающиеся дисфункциональные модели взаимодействия участников. При этом соблюдаются основные принципы проведения медиации: принцип добровольности (она не осуществляется в результате принудительных и обязывающих действий); принцип конфиденциальности (медиатор не имеет права разглашать информацию); принцип открытости (прозрачности); принцип нейтральности (беспристрастности); принцип равноправия и равенства сторон.

Медиативный подход в разрешении конфликтных ситуаций позволяет студентам приобрести:

- социальные знания в области общественных норм и правил поведения в социуме;
- научиться разрешать разнонаправленные конфликты, возникающие в образовательной среде;
- вести просветительскую работу среди студентов (волонтерская деятельность);
- координировать действия по распространению знаний о медиации в студенческой среде;
- предотвращать возникновение конфликтов и их эскалацию;
- самостоятельно использовать медиативный подход в коррекционной и профилактической работе со студентами.

Важнейшими результатами медиации выступает развитие коммуникативного потенциала студентов, включающего умения высказывать и отстаивать свою собственную точку зрения, овладение навыками бесконфликтного взаимодействия, способность выстраивать отношения и вести общение в различных социальных контекстах с людьми независимо от возраста, социального статуса, этнического происхождения, ценностных ориентаций и других признаков.

Таким образом, медиативный подход выступает как новый подход к разрешению и предотвращению конфликтных ситуаций и одновременно является эффективной методикой разрешения споров и управления конфликтными ситуациями, возникающими в студенческой среде.

Список литературы

1. *Карнышев А.Д.* Очерки социальной психологии. Иркутск: Изд-во ИГУ: БГУ, 1998. 325 с.
2. *Смоленцева А.Ю.* Социальные конфликты в высшей школе в условиях перехода к рыночной экономике: Диссертация ... канд. соц. наук. М., 1998. 180 с.
3. *Черкасова Т.В.* Социальные конфликты в молодежной среде: Диссертация ... канд. соц. наук. Уфа, 1997. 170 с.

УДК 37.041

**Керимова Мехри
Паршина Любовь Николаевна**
Санкт-Петербургский государственный
университет путей сообщения
императора Александра I

ЗНАЧЕНИЕ САМОМЕНЕДЖМЕНТА ДЛЯ СТУДЕНТОВ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Аннотация. После окончания школы абитуриенты проходят вступительные экзамены в разные учебные заведения. Только при успешной сдаче данных экзаменов бывшему школьнику присваивается статус студента. Радость этого знаменательного события обучающегося длится до тех пор, пока он не столкнется с проблемами, с которыми ранее не встречался во время обучения в средней школе. В частности, большой объем информации при изучении новых дисциплин, отводимые часы для самостоятельной работы студентов, а также ограниченное время самого обучающегося, Наличие специальных знаний по эффективному самоуправлению позволит современным студентам результативно выполнять свою трудовую учебную деятельность, основное содержание которого сводится к умению организации и планирования.

В этой работе рассматривается самоменеджмент обучающихся Петербургского государственного университета путей сообщения.

Ключевые слова: самоменеджмент, студент, целеполагание, планирование, мотивация студентов, самостоятельная работа студентов, саморазвитие.

**Kerimova Mehri
Parshina Lyubov, N.**
Saint-Petersburg State Transport University

THE IMPORTANCE OF SELF-MANAGEMENT FOR STUDENTS OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Abstract. After graduation, students go through a staple to be seen in different educational institutions. Only upon delivery of the data specifications of the examination the former color is assigned the status of a student. The joy of this event, Samantha a student lasts as long as it strokes with challenges not previously encountered during training in high school. In particular, a large amount of information in the study of new discipline, allocated hours for smoothly work of students, as well as organize the time of the student, the Availability of special knowledge on effective self-government will allow the cream Student result to perform their labor training activities, the main content of which swords to a lot of organization and planning.

In this paper we consider to send students of St. Petersburg state University of railway engineering.

Keywords: self-management, student, goal setting, planning, motivation of students, independent work of students, self-development.

По данным Международной организации экономического сотрудничества и развития, на сегодня в России наибольший процент людей с высшим образованием. Так, 54% граждан страны окончили различные учебные заведения,

преимущественно технические [1]. В свое время на IX съезде Российского союза ректоров Фурсенко А.А. подчеркнул, что к отечественным брендам – конкурентоспособным, имеющим мировое признание, с которыми страна может выйти на мировой рынок как полноправный член, относится и российское инженерное образование. Его слова подтверждаются статистическими данными, согласно которым в рейтинге специальностей для иностранных студентов лидируют инженерно-технические профессии.

Министерство образования и науки Российской Федерации в 2018 приемном году увеличило количество бюджетных мест по техническим и инженерным специальностям, что составило 6,8% от общих предоставленных мест. А в 2019 году планируется повысить численность обучающихся по данным направлениям на 1,7% [3].

После окончания школы абитуриенты проходят вступительные экзамены в разные учебные заведения. Только при успешной сдаче данных экзаменов бывшему школьнику присваивается статус студента. Радость этого знаменательного события обучающегося длится до тех пор, пока он не столкнется с проблемами, с которыми ранее не встречался во время обучения в средней школе. В частности, большой объем информации при изучении новых дисциплин, отводимые часы для самостоятельной работы студентов, а также ограниченное время самого обучающегося. Не каждый может справиться с данными трудностями. В этой связи вопрос самоменеджмента студентов как эффективного способа управления и организации своего времени имеют немаловажное значение.

Термин «самоменеджмент» впервые был введен немецким профессором, руководителем Института стратегии и эффективного использования времени Лотаром Зайвертом. В настоящее время самоменеджмент – это одно из перспективных направлений менеджмента, призванное помочь современному человеку организовать свою жизнь [2, с. 12]. Основная цель самоменеджмента состоит в эффективном использовании собственных возможностей для преодоления внешних обстоятельств, оптимизации своего времени.

С нашей точки зрения, самоменеджмент это способность управлять собой для достижения намеченных результатов. В целях изучения самоменеджмента обучающихся, авторами были проведены исследования в январе–феврале 2018 г. среди студентов Петербургского государственного университета путей сообщения с I по IV курс из России, Казахстана, Туркменистана, Таджикистана, Китая, Туниса, Монголии.

Задачами данного исследования являются:

- определить степень удовлетворенности итогами зимней сессии 2017–2018 учебного года;
- выявить основные ошибки, допущенные в процессе подготовки к экзаменам;
- проанализировать такие функции студенческого самоменеджмента как целеполагание, планирование, организация, контроль и мотивация.

Методами индивидуального и группового анкетирования, проводившегося по месту учебы, было опрошено 187 студентов.

Студентов просили ответить на вопрос «Удовлетворены ли Вы итогами зимней сессии 2017–2018 учебного года?», предложив им выбрать один из представленных ответов с границами от «полностью не удовлетворен» до «полностью удовлетворен», итоги которого приведены в табл. 1.

Таблица 1

**Оценка степени удовлетворенности итогами зимней сессии
2017–2018 учебного года**

Оценка удовлетворенности итогами зимней сессии	Общее кол-во		I курс		II курс		III курс		IV курс	
	ст.	%	ст.	%	ст.	%	ст.	%	ст.	%
Полностью удовлетворен	51	27,3	24	28,5	6	27,3	14	26,4	7	25
Скорее удовлетворен, чем нет	50	26,7	26	31	4	18,2	14	26,4	6	21,4
Затрудняюсь ответить	30	16	14	16,7	4	18,2	8	15,1	4	14,3
Скорее не удовлетворен	33	17,6	11	13,1	4	18,2	11	20,8	7	25
Полностью не удовлетворен	23	12,3	9	10,7	4	18,2	6	11,3	4	14,3

Результаты нашего исследования показали, что в целом респонденты довольны итогами этой зимней сессии. Но, тем не менее, следует подчеркнуть, что каждый восьмой студент университета полностью не удовлетворен результатами экзаменационной сессии.

Так как в соответствии со статьей 2 Закона РФ от 19.04.1991 г. №1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации» студенты очной формы обучения относятся к категории занятых граждан, их основной трудовой деятельностью является учеба. Для того чтобы рассчитать индекс удовлетворенности результатами своего труда по каждому курсу можно использовать 5-балльную шкалу измерений, предложенную профессором Потемкиным В.К. Как правило, ответ «полностью удовлетворен» оценивается в 5 баллов. Ответ «затрудняюсь ответить» – 3 балла [4, стр. 46]. Таким образом, применяя данный метод расчета, получили следующие значения:

$$I_{1 \text{ курс}} = (5 * 24 + 4 * 26 + 3 * 14 + 2 * 11 + 1 * 9) / 84 = 3,54;$$

$$I_{2 \text{ курс}} = (5 * 6 + 4 * 4 + 3 * 4 + 2 * 4 + 1 * 4) / 22 = 3,18;$$

$$I_{3 \text{ курс}} = (5 * 14 + 4 * 14 + 3 * 8 + 2 * 11 + 1 * 6) / 53 = 3,36;$$

$$I_{4 \text{ курс}} = (5 * 7 + 4 * 6 + 3 * 4 + 2 * 7 + 1 * 4) / 28 = 3,18.$$

Основные ошибки, допущенные во время подготовки к сессии, представлены на рис. 1.

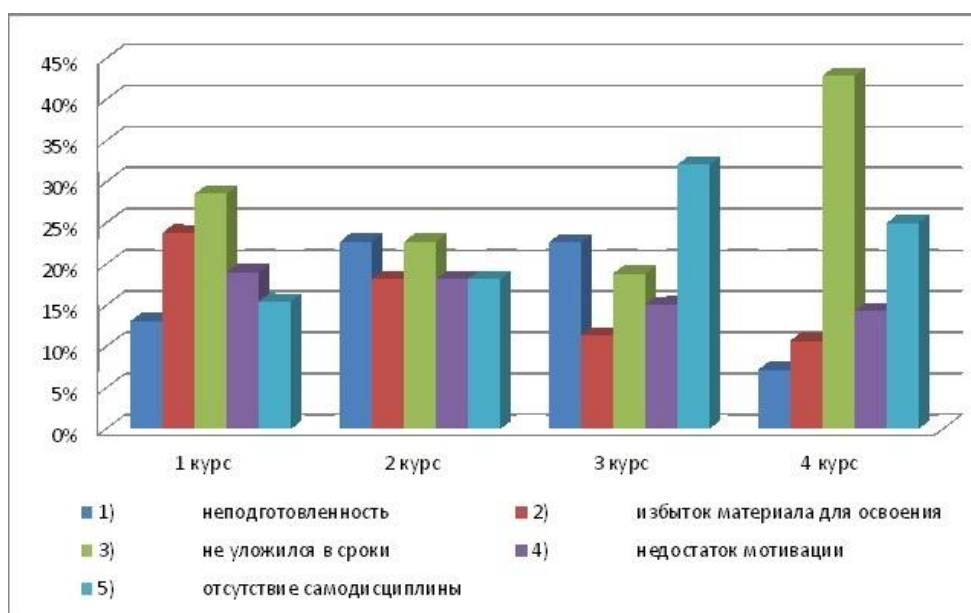


Рис. 1. Допущенные ошибки студентов во время подготовки к сессии

Ответы наших респондентов показывают, что в основном данные ошибки связаны с неправильной организацией и планированием своего собственного труда. Поэтому в рамках данной работы мы попытались проанализировать такие функции студенческого самоменеджмента как целеполагание, планирование, организация, контроль и мотивация.

В связи с тем, что достижение цели активизирует и мотивирует студентов, мы в первую очередь попытались выяснить имеются ли цели у наших респондентов. Цель, по нашему мнению, это желаемый конечный результат.

У 76,8% опрошенных имеются цели. Более уверенно «да, безусловно» ответили студенты I и IV курсов. На наш взгляд, это связано с тем, что очень часто у обучающихся II и III курсов цели корректируются.

Каждый седьмой опрошиваемый не имеет цели. 19,3% студентов не смогли четко и ясно ответить на поставленный вопрос.

Безусловно, для каждого студента целью является получение диплома. Каким опрошиваемые видят свои будущие профессиональные перспективы после достижения конечного результата? 42,2% респондентов ответили, что будут работать по специальности, 15,5% – не по специальности, 23,0% студентов затруднились с ответом. Нас, с одной стороны, удивил, а с другой огорчил пессимистический настрой обучающихся. В частности, каждый девятый респондент предположил, что может остаться безработным, что составило 10,7% ответов. 8,6% опрошиваемых не исключают, что им придется часто менять место работы. Здесь хотелось бы отметить, что иностранные студенты на 100% ответили, что планируют работать по специальности.

На вопрос «Планируете ли вы свой распорядок дня/недели?» самым популярным ответом оказался «периодически», который указали 63,3% респондентов. 19,2% опрошенных всегда планируют, 15,1% никогда, 2,4% затруднились с ответом.

Главным мотивом учебной деятельности у 30,4% обучающихся является овладение профессией. Престиж получения высшего образования на втором месте, данный ответ указали 26,2%, студентов. У 23,5% респондентов главным побудителем учебы является приобретение знаний. И на последнем месте, к нашему удивлению, у 19,8% опрошенных мотивом является будущая заработная плата.

Самостоятельная работа студентов является неотъемлемой частью процесса обучения в университете. И от правильной организации данного процесса зависят конкретные результаты.

Прежде всего, студентов просили ответить на вопрос «Какими ресурсами Вы пользуетесь при подготовке к семинарским/практическим занятиям?». Большинство респондентов (46,5%) указали «Интернет», 34,8% пользуются методическими пособиями дисциплин. 17,7% студентов при самостоятельной работе пользуются ресурсами библиотеки, из которых 13,4% – библиотеки университета, а 4,3% – электронной библиотеки. 1,1% опрошиваемых ничем не пользуются при подготовке к занятиям.

18,7% студентов на подготовку к занятиям тратят 30 минут, 27,8% – 1 час, 44,9% – от 1,5 до 2 часов. 8,6% респондентов чаще не готовятся к занятиям. Отметим, что первокурсники данный ответ не выбрали, он в основном наблюдается у студентов старших курсов.

По результатам данного исследования сделаны следующие выводы:

- студенты в основном удовлетворены итогами зимней сессии. Высокая степень неудовлетворенности наблюдается у иностранных студентов;
- неправильная самоорганизация и планирования явились основными причинами низкой подготовки респондентов;
- у большинства респондентов имеются основные цели, при этом только каждый пятый из них всегда планирует свою работу;
- главным мотивом учебы у большинства респондентов является овладение профессией;
- на самостоятельную работу студенты, на наш взгляд, тратят недостаточное количество времени.
- более уверенно будущее видится у обучающихся из других стран.

Подчеркиваем, что только наличие специальных знаний по эффективному самоуправлению позволит современным студентам результативно выполнять свою трудовую учебную деятельность, основное содержание которого сводится к умению организации и планирования.

В заключение следует заметить, что кураторам, в особенности первокурсников, следует обратить внимание на селф-менеджмент и проводить работу по данному вопросу со студентами. А обучающимся необходимо развивать самодисциплину, быть более сосредоточенными, например, хотя бы отключать мобильные телефоны во время занятий.

Список литературы

1. Доклад: Россия занимает первое место в мире по числу образованных людей [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.gazeta.ru/social/news/2012/09/12/n_2526225.shtml (дата обращения: 10.02.2018).

2. Петрова Г.Н., Шемилина Е.М. Самоменеджмент педагога: теория и практика. Владивосток: Дальневосточный федеральный университет, 2014. 182 с.
3. Министерство образования определило контрольные цифры приёма на два года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://academica.ru/novosti/Novosti-obrazovaniya/851676-ministerstvo-obrazovaniya-opredelilo-kontrolnye-cifry-prijoma-na-dva-goda/>
4. Мотивация трудовой деятельности: Учеб. пособие / Под ред. В.К. Потемкина. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2003. 103 с.

УДК 378

Королева Наталья Ивановна
Пашковская Ирина Николаевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

САМОМЕНЕДЖМЕНТ КАК СПОСОБ ОПТИМИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ

Аннотация. В статье рассматривается самоменеджмент как способ управления собственной деятельностью для преподавателя высшей школы. Самоменеджмент включает в себя «технологический» и «психологический» аспекты, каждый из которых способствует адаптации преподавателя к существующим условиям деятельности. Психологический аспект самоменеджмента предполагает не только профессиональный, но и личностный рост, создание смыслов собственной деятельности.

Ключевые слова: самоменеджмент, технологический и психологический аспекты самоменеджмента, преподаватель высшей школы, ценности и смыслы профессиональной деятельности.

Koroleva Natalia, I.
Pashkovskaya Irina, N.
Saint-Petersburg State University of Economics

SELF-MANAGEMENT AS A WAY TO OPTIMIZE THE ACTIVITY OF A TEACHER AT A HIGHER SCHOOL

Abstract. The article considers self-management as a way to control private activity for the teacher of high school. Self-management includes “technological” and “psychological” aspects, each of which contributes to the adaptation of the teacher to the existing conditions of activity. Psychological aspect of self-management involves not only professional, but also personal growth, the creation of the meaning of their own activities.

Keywords: self-management, technological and psychological aspects of self-management, teacher of higher education, values and meanings of professional activity.

Современные условия деятельности педагогов высшей школы предполагают увеличение ежедневной нагрузки преподавателя. Это обусловлено как внешними причинами – более жесткими требованиями министерства образования к формализации учебного процесса в вузах, к составлению рабочих про-

грамм и учебно-методических комплексов в соответствии с заявляемыми компетенциями, так и «внутренними», субъективными причинами – необходимостью педагога адаптироваться к подчас противоречивым требованиям, усваивать и перерабатывать огромные объемы информации. Все это требует от преподавателей высшей школы привлечения и активизации дополнительных ресурсов – физиологических, «технических», психологических. В противном случае можно столкнуться с проблемой эмоционального выгорания, что скажется не просто на качестве учебной деятельности, но и обусловит хроническое «непопадание» педагога в предъявляемые ему требования. А это, в свою очередь, затрагивает глубинные смысловые «пласты» педагогической деятельности: ради каких приоритетов она осуществляется в современных условиях?

Но большинство преподавателей руководствуются пониманием своей деятельности как своего призвания и как ценности. Поэтому встает вопрос: как, каким способом можно вписаться в существующую систему требований и адаптироваться к возрастающим информационным, физиологическим и психологическим нагрузкам?

Одним из эффективных инструментов является самоменеджмент. Рассмотрим подробнее данное явление. Существуют разные подходы к этому понятию. Так, Л. Зайверт трактует самоменеджмент как «последовательное и целенаправленное использование испытанных методов работы в повседневной практике, для того, чтобы оптимально и со смыслом использовать свое время» [3, с. 146]. Однако самоменеджмент – это не только эффективное использование своего времени. Это целенаправленное применение методов и приемов менеджмента (управления) в повседневной жизнедеятельности для того, чтобы наилучшим способом использовать свое время и собственные способности [1, с. 54].

Таким образом, понятие «самоменеджмент» означает «самоуправление», т.е. определенную саморегуляцию – управление своими ресурсами: временем и психологическими ресурсами.

В середине 90-х гг. в управленческой и социально-психологической литературе самоменеджмент стал выделяться в современное направление управленческих знаний, главными характеристиками которого являются:

- непрерывное развитие;
- умение управлять собой;
- использование и максимальное раскрытие своего творческого потенциала.

В самом «практическом» своем проявлении самоменеджмент включает в себя два аспекта: технологический и психологический. «Технологический» аспект самоменеджмента предполагает применение технологий оптимизации собственной деятельности. Прежде всего к ним относится так называемый time-management, или управление временем. Обычно большинство бизнес-тренингов по тайм-менеджменту сводится к «квадрату Эйзенхауэра», где лист ежедневника следует разделить на четыре части.

Соответственно, в первый «блок» идут «важные и срочные дела», во второй – «срочные, но не важные», в третий – «важные, но не срочные», в четвертый –

«не важные и не срочные». В каждый «блок» должны быть занесены текущие задачи, которые и будут решаться по степени их «важности» и «срочности». Это – хорошая технология для рационалов-левополушарников. Но она не универсальна, поскольку технология управления временем может во многом определяться особенностями личности и ее персональной «линией времени». Линия времени – это специфический способ кодирования индивидуального опыта. Если у «левополушарников» преобладает «зрительное» восприятие времени – «как бы извне», то у «правополушарников» – «кинестетическое», как бы «телесное» (хотя жесткой корреляции здесь нет, все может быть глубоко индивидуально). Поэтому люди, у которых линия времени проходит «через тело», обладают большей включенностью в каждое мгновение жизни, пытаются максимально прожить его (зачастую даже неосознанно), отсюда у них и более частые опоздания, и более выраженный «чувственный» аспект переработки поступающей извне информации. Но как вариант самодисциплины «квадрат Эйзенхауэра» может применяться ими, поскольку приучает к определенной систематизации и ритму.

«Технологический» аспект самоменеджмента предполагает и умение распределять обязанности и делегировать полномочия. Он касается в основном руководителей. Но здесь опять есть определенная тонкость. Надо понимать особенности личности своих сотрудников и их индивидуальные стили деятельности и взаимодействия с окружающими, чтобы правильно понять – кто что действительно может выполнить успешно. Так что и этот аспект требует психологических знаний.

И наконец, к «технологическому» аспекту самоменеджмента относится группа умений работать со стрессами. Опять же, очень часто на тренингах обучают знаменитой технологии аутотренинга (последовательного напряжения и расслабления мышц). Однако работа со стрессом – так называемый стресс-менеджмент – предполагает на самом деле более глубокое понимание стресса и включения внутренних психологических резервов для его преодоления.

Таким образом, важнейшей составляющей самоменеджмента является именно психологический «аспект»: понимание себя, глубинных особенностей своей личности и умение взаимодействовать с ними (самоуправление здесь подразумевает выстраивание глубинной коммуникации с самим собой, со своим эмоционально-ассоциативным опытом, с потребностями, мотивами и целями).

Психологический аспект самоменеджмента – это постоянный и интенсивный личностный рост, направленный на совершенствование себя, своего взаимодействия с миром, своей креативности и личной эффективности во всех сферах своей жизнедеятельности.

Самоменеджмент предполагает познание человеком самого себя. Здесь выделяют два пути: внешний путь познания (развитие и совершенствование способностей, навыков общения, интеллектуальных ресурсов, понимание и использование индивидуальных ритмов своей жизнедеятельности) и внутренний путь – понимание запросов той глубинной человеческой сущности, которая называется «душа». И именно понимание истинных запросов собственной души, глубокий внутренний диалог с ней позволяет находить и осуществлять смысл своего существования, определять свои истинные цели и желания. В

этом – обретение подлинной духовной свободы личности, свободы мыслей и поступков, что в результате определяет наиболее приемлемые для нее варианты персонального развития.

Представленные выше аспекты самоменеджмента описываются в литературе как управленческая деятельность, направленная на наиболее эффективное использование внутренних и внешних ресурсов для саморазвития, самосовершенствования личности [2, с. 34]. В.Г.Асеев определял саморазвитие как деятельность индивида, обусловленную стремлением к развитию определенных способностей или качеств. Способность к саморазвитию, по его мнению, является отличительной чертой высокообразованной (зрелой) личности.

Д.А. Леонтьев утверждает, что процесс саморазвития является управляемым. Понятие «саморазвитие» в данном случае синонимично понятию «самореализация» (самоактуализация), пришедшему из гуманистической психологии [5, с. 54].

С точки зрения гуманистических психологов, самореализующийся человек – это «полноценно функционирующий индивид» (слова К. Роджерса), т.е. раскрывающий свой творческий потенциал, свои способности. Управляет данным процессом сам человек при помощи постановки конкретных целей и выбора направленности своей деятельности [6, с. 59]. Но целеполагание и выбор направленности отнюдь не «механические» акты. Они предполагают формирование такого качества духовно зрелой личности, как аутентичность. Гуманистические психологи (прежде всего К. Роджерс, он является автором этого термина) подразумевали под «аутентичностью» верность самому себе, «непредательство себя». Иными словами – человек должен дорасти до понимания своей миссии, своего предназначения (для чего необходимо постоянно слушать и понимать себя, свои истинные, а не навязанные извне потребности и желания), в самом высоком смысле – научиться быть в контакте с собственной душой. Человек, умеющий по-настоящему слушать и понимать себя, способен слушать, слышать и понимать других людей. Но движение к аутентичности – это и есть прохождение различных «ступеней» личностного роста.

Поэтому самоменеджмент предполагает интроспекцию (взгляд в себя) и рефлекссию как методы самопознания. В самом человеке заложено все необходимое, чтобы жить, развиваться, совершенствоваться, помогать себе самому и справляться со своими проблемами: «Измени себя – и ты изменишь мир вокруг себя».

Эти два аспекта самоменеджмента – «технологический» и психологический – способны преподавателю высшей школы осуществить как адаптацию к увеличивающимся нагрузкам, так и реализовать «преобразующую» активность, т.е. собственно творческую составляющую их профессиональной деятельности. И они взаимодополняют друг друга.

Немного хотелось бы сказать еще о психологическом аспекте. По сути, личностный рост – это постоянное взаимодействие с ценностными аспектами своей профессии, и своего мировоззрения. В. Франкл выделял три ведущие группы ценностей [4, с. 19].

Первую группу составляют ценности отношений (когда другой человек становится ценностью). Для преподавателя ценность другого человека (студента, коллеги) становится одной из ведущих, поскольку взаимодействие с другим человеком – это прежде всего аксиологическое, ценностное взаимодействие. Оно предполагает «взаимопроникновение сознаний», взаимовлияние, воздействие не только на когнитивную, но и эмоционально-мотивационную и конативную сферу личности.

Вторая группа ценностей – это ценности творчества. Именно они становятся одними из главных мотиваторов, побуждающих находить новые профессиональные возможности, осваивать новые методы обучения, да и просто осмысливать научную и практическую информацию, давать ей свою педагогическую интерпретацию. И тем самым творить новое духовное пространство.

Третья группа ценностей – ценности переживания. В. Франкл понимал их как принятие жизненных обстоятельств, которые человек не может изменить, и нахождение смысла в этих обстоятельствах. Если ты ответишь на вопрос «зачем», то справишься с любым «как» – именно этот девиз, который В. Франкл повторил вслед за Ф. Ницше, выражает ценности переживания. Смыслы не даны человеку от рождения. Человек должен сам найти свои смыслы. Если же говорить о неоднозначной современной социально-образовательной ситуации, то именно обнаружение и формулирование смыслов любой ситуации, а также сотворение нового смыслового пространства становятся существенной составляющей педагогического творчества, помогают преподавателю не просто адаптироваться к требованиям современной ситуации, но преодолевать трудности, видя в них возможности.

Эти ценности и особенно сотворение пространства смыслов являются важнейшей основой личностного роста и профессиональной идентичности преподавателя высшей школы. Именно они становятся важнейшим психологическим ресурсом, когда мы говорим о психологическом аспекте самоменеджмента.

Таким образом, самоменеджмент рассматривается нами не просто как некий набор технологий по оптимизации преподавателем своей деятельности. Он может интерпретироваться как осознанный способ саморегуляции педагогической деятельности, управления всеми ее сторонами – как сугубо организационными, так и глубинно-личностными, связанными с ценностями и жизненными смыслами.

Список литературы

1. Бишоф А. Самоменеджмент: эффективно и рационально / Анита Бишоф, Клаус Бишоф / Пер. с нем. Д.А. Пергамент. М.: ОМЕГА-Л, 2013. 127 с.
2. Глухов В.В. Стратегический менеджмент: ситуационный анализ: Учеб. пособие. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2014. 215 с.
3. Королева Н.И. Теория и практика домоведения. СПб: Изд-во СПбГУСЭ, 2006. 199 с.
4. Королева Н.И. Психология сервисной деятельности. СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2015. 168 с.
5. Леонтьев Д.А. Психология смысла. Природа, строение и динамика смысловой реальности: Учеб. пособие для студ. высших учеб. заведений, обуч. по напр. и спец. психологии. 3-е изд., доп. М.: Смысл, 2012. 510 с.
6. Пащковская И.Н. Самоопределение педагога в гуманистической перспективе: Монография. СПб: Изд-во СПбГИСЭ, 2001. 163 с.

УДК 334

Маргулян Яков Аронович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. В условиях становления цифровой экономики в России актуализируется необходимость использования новых технологий, способов и механизмов совершенствования управления социально-экономическими процессами. Создание и развитие региональных инновационно-образовательных кластеров является важным ресурсом преобразования российского общества.

Ключевые слова: цифровая экономика, кластерная модель, инновационная деятельность, региональный инновационно-образовательный кластер.

Margulyan Yakov, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

DEVELOPMENT OF THE REGIONAL INNOVATIVE-EDUCATIONAL CLUSTERS IN THE DIGITAL ECONOMY

Abstract. In the conditions of digital economy formation in Russia the necessity of using new technologies, methods and mechanisms of social and economic processes management improvement is actualized. The creation and development of regional innovation and education clusters is an important resource for the transformation of Russian society.

Keywords: digital economy, cluster model, innovation activity, regional innovation and education cluster.

Формирование цифровой экономики связано с инновационным типом интеллектуального развития и управления, формированием конкурентоспособной экономической системы, широким распространением научных идей и эффективных технологических платформ, выдвиганием на приоритетные позиции научно-информационных ресурсов, совершенствованием профессионально-квалифицированной подготовки работников как необходимого условия инновационного экономического роста, созданием наукоемких инновационных региональных кластеров.

Появляется потребность в формировании новых наукоемких инновационно-образовательных кластеров, обеспечивающих эффективную комбинацию производства, науки, образования, соответствующих современным инновационно-технологическим трендам.

Впервые концептуальная кластерная модель сформулирована М.Ю. Портером в 90-х годах XX века, который определил кластер как «сконцен-

трированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (например, университетов, агентств по стандартизации, торговых объединений) в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу» [4].

По мнению большинства учёных, современный развитый кластер представляет собой стратегическую межорганизационную, территориальную сеть отраслевого или межотраслевого характера, объединяющую ресурсы и ключевые компетенции организаций-участников [7]. Он имеет общую систему управления, осуществляемого на началах паритетного взаимоучастия, специализацию деятельности, определённую географическую локализацию, множественность участников (корпораций и фирм, действующих на рынке, учебных заведений, научно-исследовательских институтов и центров), конъюгированность, т.е. способность к внутреннему обмену и объединению качеств элементов и организаций. Не случайно П. Бурдые, отмечая генезис социального пространства, подчёркивал: «...вероятность объединить агентов в совокупность, реально или номинально (посредством делегирования) тем больше, чем ближе они в социальном пространстве, чем более они принадлежат к классу, сконструированному более узко» [2, с. 18].

В отличие от других форм социально-экономических объединений, субъекты кластерного взаимодействия не идут на полное слияние предприятий, организаций и учреждений, а сохраняют статус юридического лица, осуществляя при этом сотрудничество по ключевым направлениям инновационной деятельности.

В условиях формирования цифровой экономики получают развитие региональные инновационно-образовательные кластеры, предполагающие объединение независимых, самостоятельных производственных корпораций, предприятий, организаций и фирм, образовательных и научных учреждений, сформированных по пространственной и функциональной осям, для совместного осуществления согласованной и скоординированной инновационной политики по решению технических, образовательных, технологических, научно-исследовательских и социальных задач.

Региональная кластеризация промышленных, научных и образовательных организаций позволяет:

- повышать конкурентоспособность входящих в кластер предприятий, организаций и учреждений, расширять их инновационные возможности за счёт географического расположения;
- совместно использовать финансовые, материальные, знаниевые, технологические и людские ресурсы для получения не только прибыли, но и расширения возможностей накопления и использования интеллектуального капитала,
- осуществлять многоуровневую подготовку и повышение квалификации персонала в соответствии с потребностями входящих в кластер предприятий и организаций;

- создавать оптимальные условия предприятиям и фирмам для свободного доступа к научным знаниям, инновациям, технологиям, финансовым и информационным ресурсам;
- обеспечивать построение взаимоотношений между участниками кластерного взаимодействия таким образом, чтобы избежать конфликта интересов между отдельными участниками кластеров;
- эффективно распределять полномочия между органами государственной власти, бизнес-сообществом, общественными институтами, вузами, научными учреждениями, позволяя каждому из субъектов кластерного взаимодействия решать стратегические и тактические вопросы, исходя из своих возможностей и в пределах своей компетенции, возможностей и прав;
- успешно реализовывать региональную социальную политику по совместному преобразованию социальной инфраструктуры, осуществления социальных проектов по непрерывному образованию населения, их медицинскому обслуживанию, организации социальной защиты и повышению качества жизни граждан региона.

Кластерный подход предполагает анализ структурных компонентов регионального инновационно-образовательного кластера. Важную роль в исследовании кластерной структуры предпринял М. Портер. Он включил в эту структуру фирмы базовой отрасли, родственные и поддерживающие отрасли. По его мнению, другие составляющие включаются в условия развития факторов производства, объясняя это соответствием классической экономической теории, согласно которой «факторы производства – труд, земля, природные ресурсы, капитал, инфраструктура – определяют потоки товарооборота» [4].

Отечественные учёные в состав кластера, как правило, включают производителей, поставщиков, потребителей, организации инфраструктуры, вузы, научно-исследовательские институты [1; 3; 5]. К сожалению, данные подходы не всегда учитывают управленческую специфику данных образований, их составные элементы, региональные особенности и структурные компоненты кластера.

По нашему мнению, структура регионального инновационно-образовательного кластера включает:

- 1) систему управления в лице Объединённого Совета, включающего субъектов кластерного взаимодействия и региональных органов власти для решения инновационных производственных и образовательных задач;
- 2) совокупность институциональных подразделений корпораций, научных учреждений, вузов и других учебных заведений, объединённых в единую организацию;
- 3) подготовленный и обученный персонал, включающий штатных руководителей и сотрудников подразделений, преподавателей и ученых, работающих на постоянной или временной работе (временные творческие коллективы для решения конкретных научных или образовательных задач), технический персонал;

- 4) внутреннюю инфраструктуру, оборудование (здания, аудитории для проведения учебных занятий, кабинеты для научных исследований, оборудованные современными информационно-компьютерными технологиями, системы автоматизации деятельности центра и т.д.);
- 5) информационное и документационное обеспечение управления кластером (концепция, миссия, цели, стратегия, позиционирование, план, структура, должностные инструкции, мотивационные схемы, учетные формы, описание процедур, нормативов, требований и подходов, шаблоны договоров и др.);
- б) комплекс необходимых учебных курсов и программ обучения (учебные программы, учебники, учебные пособия, монографии, методические и информационные материалы, презентации, описания, графики проведения и др.).

Алгоритм создания регионального инновационно-образовательного кластера включает в себя последовательное осуществление следующих этапов: во-первых, анализа региональных потребностей и существующих возможностей по созданию данного вида кластера. Во-вторых, организацию выбор возможных партнеров, проведения переговоров между представителями региональных органов государственной власти, руководителями корпорации и вузов о создании кластера, заключения соответствующего договора о его организации. В-третьих, определение общей стратегии, выявляются долгосрочные цели и задач, определение финансовых источников и согласование финансирования проектов, создание современной информационной и инновационной инфраструктуры. В-четвёртых, решение кадровых вопросов для организации управления, разработки и внедрения эффективной системы проведения научных исследований, обучения и повышения квалификации персонала. В-пятых, создание на предприятиях и в вузах базовых кафедр, исследовательских лабораторий, подбор творческих научных коллективов, комплектование профессорско-преподавательского состава и опытных практических работников, способных вести учебные занятия и проводить научные изыскания, организация мест практики для студентов на производственных площадках и в проектных учебных лабораториях кластера. В-шестых, выбор и реализация направлений научных исследований, определение учебных программ (очных, заочных, дистанционных средств обучения и повышения квалификации), специализаций, форм и технологий обучения, планирования ее результатов, создание и осуществление комплексной системы прохождения обучаемых по полному инновационному циклу: профессиональному обучению студентов, формированию у выпускников производственных компетенций, привлечению их к научно-исследовательской деятельности, обеспечению творческого сотрудничества в формировании интеллектуального потенциала выпускников, вузовских преподавателей, учёных и производственных специалистов-практиков. В-седьмых, осуществление мониторинга по оценке эффективности деятельности регионального инновационно-образовательного кластера, определении направлений и механизмов совершенствования или завершения деятельности на данном этапе.

Таким образом, региональный инновационно-образовательный кластер формирует не спонтанную концентрацию в регионе разнообразных научных и

технологических изобретений, а определенную коммуникационную систему распространения новых знаний и технологий» [6]. Объединение структурных компонентов триады «образование – наука – производство» позволяет создавать синергический эффект в решении поставленных задач по инновационному преобразованию общества, обеспечивать доминирующий характер применения интеллектуального труда и освоения инновационных технологий во всех сферах экономики.

Список литературы

1. Агафонов В.А. Кластерная стратегия: системный подход //Экономическая наука современной России. 2010.№3.
2. Бурдые П. Социология социального пространства / Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н.А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007.
3. Клейнер Г.Б., Качалов Р.М., Нагрудная Н.Б. Синтез стратегии кластеров на системно интеграционной основе //Альманах «Наука, инновации, образование». Вып. 7. «Кластеризация предприятий: состояние и перспективы. Минобрнауки, РИЭПП, Федеральное агентство по науке и инновациям. М.: Языки славянской культуры, 2008.
4. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран. М.: Междунар. отношения, 1993.
5. Цихан Т.В. Кластерная теория экономического развития //Теория и практика управления. 2003. №5.
6. Чаков В.В. Инновационные кластеры в решении вопросов освоения ресурсного потенциала болот нижнего Приамурья // Вестник ДВО РАН. 2007. №4.
7. Шерешева М.Ю. Межфирменные сети. М.: ТЕИС, 2006.

УДК 159.9

Морозов Александр Владимирович
Институт управления образованием
Российской академии образования,
Москва

МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ (ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

Аннотация. В представленной статье рассматриваются особенности управленческой деятельности в современных условиях, в целом, и в сфере российского образования, в частности, позволяющие сделать вывод о том, что одним из решающих условий успеха руководителя является необходимость обеспечения его эффективного влияния на своих подчинённых с целью содействия их полной самореализации в профессиональной сфере; важнейшее значение для результативной управленческой деятельности руководителя в современных условиях имеет работа над собой, включающая в себя управление собственным поведением, формирование и развитие необходимых деловых и личностных качеств и многое другое; без постоянной актуализации вчерашние знания быстро теряют потенциал влияния на успешность профессиональной деятельности и именно поэтому так важно постоянно совершенствоваться и обогащаться продуктивным опытом и инновационно-творческим компонентом (только такой подход даёт реальную возможность обеспечить соответствие руководителя требованиям современных деловых отно-

шений и избранной жизненной стратегии, ориентированной на достижение личностно-значимых вершин и удовлетворение самых высших своих потребностей).

Ключевые слова: управленческая деятельность, руководитель образовательной организации, эффективный менеджмент, самореализация, креативность, потенциал влияния, управленческие решения.

Morozov Alexander, V.
Institute of Education Management
of Russian Academy of education, Moscow

MANAGEMENT IN THE SYSTEM OF MODERN EDUCATION (PSYCHOLOGICAL AND PEDAGOGICAL ASPECT)

Abstract. The article deals with the peculiarities of management activities in modern conditions, in general, and in the field of Russian education, in particular, allowing to conclude that one of the decisive conditions for the success of the head is the need to ensure its effective influence on their subordinates in order to promote their full self-realization in the professional sphere; work on itself including management of own behavior, formation and development of necessary business and personal qualities and many other things is the most important for effective administrative activity of the head in modern conditions; without constant updating, yesterday's knowledge quickly loses the potential of influence on the success of professional activities and that is why it is so important to constantly improve and enrich with productive experience and innovative and creative component (only this approach provides a real opportunity to ensure that the manager meets the requirements of modern business relations and selected life strategy focused on achieving personal-significant peaks and meeting their highest needs).

Keywords: management activity, head of educational organization, effective management, self-realization, creativity, influence potential, management decisions.

Возрастание роли и значения руководителя образовательной организации, как субъекта управленческой деятельности, на которого сегодня возложены непростые задачи, связанные, в первую очередь, с повышением качества современного образования на любом из его уровней, обусловлено тем очевидным фактом, что профессиональный успех любого управленца в огромной степени зависит от его умения эффективно работать с людьми, организовывая их взаимодействие, и создавая комфортные психологические условия для эффективной деятельности каждого отдельного сотрудника и всего коллектива, в целом.

Многие учёные и практики рассуждают сегодня о том, что руководитель образовательного учреждения – это профессия, которой нужно учиться, предупреждая, особенно начинающих руководителей, об опасности противоестественного разделения в отношении к долгу и должности. К перспективным управленцам в системе образования Л.М. Денякина, в частности, относит руководителей с высоким уровнем нравственной культуры, ориентированных на личное достоинство педагогов, на овладение технологиями управления персоналом [1].

Характер ролевого самоопределения руководителя связан с двумя факторами:

- внимание к персоналу;
- внимание к выполнению поставленных задач [7].

Особенности трудовой деятельности и сложившегося индивидуального стиля работника, влияя на свойства его личности, могут иногда приводить к, так называемой, «профессиональной деформации» [2; 8; 9]. Речь идёт о тех случаях, когда профессиональные стереотипы действий, отношений становятся настолько характерными для человека, что он никак не может и в других социальных ролях выйти за рамки сложившихся стереотипов, перестроить своё поведение сообразно изменившимся условиям. Как показывают экспериментальные данные, порой, те или иные сложившиеся профессиональные установки становятся барьером для принятия новой роли даже в воображаемой ситуации.

Н. Зубов обращает внимание на профессиональное управленческое умение современного руководителя побуждать сотрудников к достижению образовательных целей, изучая и влияя на мотивацию педагогического труда. Современный управленец должен уметь диагностировать потребности и другие факторы, влияющие на желание работать лучше или вызывающие неудовлетворённость трудом; определять характеристику поведения педагогов; оценивать способы стимулирования трудовой деятельности и прогнозировать её результаты в каждом отдельном учреждении [3].

Действенным средством повышения эффективности управления является оптимальная регламентация работы руководителя на всех её этапах. При этом, отношение того или иного руководителя к своей должностной инструкции выступает в качестве показателя определённого уровня профессиональной культуры труда, характеризующего как отдельно взятого работника, так и образовательную организацию, в целом. Знание и понимание руководителем всего круга своих обязанностей должно непременно сочетаться с его моральной готовностью к их выполнению. Только в этом случае официальные требования со стороны общества к руководителю системы образования подкрепляются его соответствующими требованиями к самому себе.

Современный руководитель образовательного учреждения должен досконально разбираться не только и, быть может, не столько в социально-управленческой, сколько в психолого-педагогической терминологии. Навыки маркетинга, презентации, умелого применения технологий в условиях конкурентности функционирования образовательных учреждений, использования информационных банков данных, работы на компьютере, экологические и финансово-правовые знания, коммерческая смекалка стали не просто необходимыми в управленческой деятельности, а превратились в её обоснованно-важную и существенно-значимую часть [12].

Переход человечества к информационному социуму, построенному на фундаменте знаний, обусловил значимые изменения во всей системе современного высшего образования. Именно знания становятся сегодня тем актуальным и неоспоримым преимуществом отдельно взятого специалиста, трудового коллектива, общества, в целом, а возможность управлять знаниями – основополагающим критерием конкурентоспособности сообщества профессионалов, в целом, и каждой организации, в частности. В теории современного общества продекларирована концепция знания как основополагающего принципа нового типа социума, которая неотделима от концепции знания как ресурса власти [5].

Эффективность деятельности руководителя образовательной организации в большой степени определяется его специальными качествами, знаниями и умениями, уровнем профессиональной подготовки. Руководитель должен творчески использовать эти знания в различных, часто неповторимых ситуациях, постоянно возникающих в процессе работы.

Каждому руководителю следует развивать социальную рефлексию и сохранять открытым такой функциональный компонент «Я-концепции», как «зеркальное Я». Именно он обеспечивает открытость личности и позволяет видеть, как реагируют подчинённые на принятые решения, не терять из поля зрения экономические и организационные последствия управленческих решений.

Молодой управленец, вступая в новую для себя должность руководителя, нередко сталкивается с различными проблемами, среди которых, в первую очередь, следует обозначить: нехватка авторитета, неприятие сотрудниками более старшего возраста, зависть бывших сослуживцев, непонимание (или неприятие) персоналом новых методов работы (стиля управления) и т.д. [6].

Работа современного руководителя образовательной организации непроста, полна волнений, а часто, и стрессов. Каждый управленец обязан научиться обращаться с самим собой, как с уникальным и бесценным ресурсом, так, чтобы постоянно поддерживать свою оптимальную «форму».

От руководителя любого ранга ежедневно ожидается принятие решений, основанных на личных ценностях и принципах. Если личные ценности недостаточно прояснены, управленцу будет не хватать твёрдых оснований для суждений, которые, в силу этого обстоятельства, могут восприниматься окружающими, как необоснованные [10].

Современная концепция успешного управления в целом ориентирована на такие ценности, как:

- эффективность;
- реализация потенциала сотрудников;
- растущая готовность к нововведениям [4].

Руководители (вне зависимости от того: хотят они этого или не хотят) влияют на ход своей деловой и личной жизни, оценивая имеющиеся возможности и выбирая те или иные альтернативы. Управленец может быть неспособным определить цели или может стремиться к недостижимым либо нежелательным целям – часто к целям, которые несовместимы с современностью.

Квалифицированное решение проблем, само по себе, является очевидным управленческим навыком. Некоторые руководители не могут методично и рационально работать над решением проблем и добиваться качественных решений. Им, зачастую, трудно проводить совещания по решению проблем, установлению целей, обработке информации, планированию и контролю.

Встречаются руководители, у которых недостаточно развиты:

- умение творчески подходить к решениям;
- способность к инновациям.

Управленец с относительно низкой изобретательностью редко выдвигает новые идеи, неспособен мотивировать своих подчинённых быть творцами и использовать новые подходы в работе [4].

Руководителям постоянно необходимо воздействовать на тех, кто прямо им не подчинён. Однако, некоторые управленцы не способны получить требуемые поддержку и участие и, в результате, не могут обеспечить необходимые для успеха ресурсы. Они склонны обвинять других в том, что те к ним не прислушиваются, а равные им по положению не считают их достаточно влиятельными.

До тех пор, пока руководители серьёзно не оценят эффективность того, как они управляют другими, им не добиться высокой отдачи от них. Руководителям, неспособным изучить собственные управленческие подходы, не хватает умения понятно объяснить их. Обычно они не стремятся устанавливать обратные связи; не способны заинтересовать своих подчинённых в том, чтобы выделиться среди других; особенно трудно им давать поручения.

Для эффективного управления людьми и ресурсами требуется немало навыков, которые, в совокупности, можно назвать «способностью руководить». Пустая трата рабочего времени и неэффективность как используемых руководителем стилей управления, так и применяемых сотрудниками методов работы приводят, в итоге, к тому, что люди чувствуют себя неудовлетворёнными и работают ниже своих потенциальных возможностей [7].

Для такого трудового коллектива, как правило, весьма характерными признаками являются: неэффективность распределения внутренних ролей, расточительность в организации работы, плохие взаимоотношения [11].

Каждый руководитель образовательной организации, время от времени, выступает перед своими подчинёнными в роли наставника, педагога, воспитателя. Не развивая в себе этого умения, ни один управленец не сможет довести показатели своих сотрудников до требуемых и помочь им, при этом, в их собственном саморазвитии: требования по их обучению чётко не устанавливаются, времени на саморазвитие не хватает.

Для того чтобы добиться желаемых результатов, большинство управленцев должно уметь объединяться с другими, используя их умения. Однако, в соответствии с распространённым подходом к роли руководителя, он может ничего не делать для поощрения роста как всего трудового коллектива, в целом, так и отдельных его членов.

Когда управленцу не удаётся превратить трудовой коллектив в квалифицированную, результативную «команду единомышленников», работающую как самый совершенный, хорошо отлаженный часовой механизм, работа такого коллектива сотрудников обычно сопровождается трудностями или не даёт необходимой отдачи. Когда руководителем ничего не делается для создания благоприятного психологического климата в коллективе, налаживания эффективных рабочих механизмов в организации мы говорим, что управленца ограничивает низкое умение сформировать команду.

Список литературы

1. Денякина Л.М. Руководитель образовательного учреждения. Профессия или призвание? Мн.: ООО «Квад-ро Плюс», 2001. 112 с.
2. Дёмина Л.Д., Ральникова И.А. Психическое здоровье и защитные механизмы личности. Барнаул: АлтГУ, 2000. 123 с.
3. Зубов Н. Как руководить педагогами. М.: АРКТИ, 2003. 144 с.
4. Морозов А.В. Креативность как основа инновационной активности и профессионализма современного руководителя // Психология в экономике и управлении. 2014. №1. С. 125–129.
5. Морозов А.В. Особенности управления высшим учебным заведением в современных условиях // Управление образованием: теория и практика. 2016. №2(22). С. 90–106.
6. Морозов А.В. Особенности управленческой деятельности современного руководителя образовательной организации. М: ИУО РАО, 2017. 128 с.
7. Морозов А.В. Психологические аспекты управленческой деятельности руководителей системы образования // Управление образованием: теория и практика. 2017. №3(27). С. 33–49.
8. Орёл В.Е. Исследование обвинительной установки как феномена профессиональной деформации // Психология и практика. 1998. Т. 4. Вып. 1. С. 129–136.
9. Осухова Н.Г. Профессиональное выгорание, или Как сохранить здоровье и не «сгореть» на работе. М.: Педагогический университет «Первое сентября», 2011. 56 с.
10. Потёмкин В.К. Качество управленческого труда. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. 243 с.
11. Утюжанин А.П., Устюмов Ю.А. Социально-психологические аспекты управления коллективом. М.: Спарк, 2007. 356 с.
12. Федорчук Ю.М., Неустроев С.С., Полянинова Ю.В., Чекулаева Ю.А., Ильина В.С., Бажилина А.В., Комарова М.В. Концепция профессионального становления и развития руководителя образовательного учреждения в условиях инновационного социально-экономического развития Российской Федерации // Учёные записки ИУО РАО. 2017. №3(63). С. 100–114.

УДК 336.6; 338

Новик Мила Мироновна
Сахновская Ольга Евгеньевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

РОЛЬ И ФУНКЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ-ТЮТОРА В ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, связанные с деятельностью преподавателя тьютора, как особой педагогической профессии – менеджера образовательного процесса. Дается краткая история возникновения тьюторства и проведен анализ его функций в развитии профессии.

Ключевые слова: тьютор, тьюториал, функции менеджмента, информационно-коммуникационные технологии.

Novik Mila, M.
Sakhnovskaya Olga, E.
Saint-Petersburg State University of Economics

ROLE AND FUNCTIONS OF TEACHER-TUTOR IN THE ORGANISATION OF STUDY PROCESS

Abstract. The article considers some questions, connected with the teacher-tutor's activity, as the special pedagogical profession – manager of the study process. Also, the short history of tutor emergence and analysis of its functions in the development of this profession are given.

Keywords: tutor, tutorial, functions of management, information and communication technologies.

В настоящее время к тьюторству как к особой форме педагогической деятельности проявляется большое внимание, потому что широкое развитие информационно-коммуникационных технологий кардинально изменяет не только процесс получения знаний, но и весь образовательный процесс: обучение, воспитание и развитие будущего специалиста.

В 2014 году Агентство стратегических инициатив (АСИ) и Московская школа управления СКОЛКОВО представили «Атлас новых профессий», созданный в результате глубокого и очень важного для России исследования «Форсайт компетенций 2030» [1].

В нем обозначены перспективные отрасли народного хозяйства и профессии ближайших десятилетий, т.е. дан ориентир – каких специалистов потребует будущее.

В разделе «Образование» было отмечено, что с широким внедрением информационных и коммуникационных технологий, в нем происходят серьезные изменения: появляются новые инструменты обучения, возможности индивидуализации процесса обучения, внедряются активные методы обучения, особенно игровое социальное имитационное моделирование, образование становится более практико-ориентированным и непрерывным на протяжении всей жизни.

Поэтому наличие в образовании будущего таких профессий как модератор, разработчик образовательных траекторий, тьютор, организатор проектного обучения, координатор образовательной платформы, игропедагог и т.д. определяет педагогическую роль как управление образовательного процесса [1].

Если внимательно вникнуть в определения этих профессий, то можно заметить, что все они в той или иной степени отражают одну или несколько функций менеджмента, как специалиста по управлению учебным процессом, а именно таких функций:

- планирование;
- организация;
- координация;
- учет;
- контроль;
- регулирование;
- анализ.

В наибольшей степени эти функции относятся к преподавателю-тьютору. Поэтому именно ему стоит уделить особое внимание [2].

Тьютор (англ. tutor – наставник) – исторически сложившаяся особая педагогическая должность. В России должностные обязанности тьютора и должностные требования к нему регулируются приказом Министерства здравоохранения и социального развития РФ «Об утверждении единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников образования» от 02.08.2010 №761н [3].

С исторической точки зрения тьюторство как явление сформировалось примерно в XIV веке в классических английских университетах – Оксфорде и чуть позднее в Кембридже. С того времени под тьюторством понимают сложившуюся форму университетского наставничества. Правила предусматривали для студентов возможность свободного посещения лекций. Они выбирали те дисциплины и тех преподавателей, чьи лекции они хотели слушать. И это не зависело от того, в каком колледже университета они числились. Студенты сами решали, каким образом получить необходимые для сдачи экзамена знания, как выстроить свою учебную траекторию. В этом процессе самообразования тьютор был главным помощником и в составлении плана учебной работы, и в подготовке к сдаче экзаменов. Таким образом, он осуществлял функцию посредничества между преподавателем и студентом.

В старейших университетах Англии тьюторская система продолжает существовать и сейчас, причем очень часто на ведущих позициях, а лекционная система лишь ее дополняет.

В настоящее время постепенно начинает стираться грань между очной и заочной формой обучения. Элементы той и другой проникают друг в друга. Особенно этому способствует новая технология заочной формы – дистанционное обучение (ДО). Ведь в настоящее время подавляющее большинство студентов, специалистов, получающих второе и третье образование или повышающих свою квалификацию, занимаются практической деятельностью.

В этих условиях, когда значительная часть времени в учебном процессе отводится на самостоятельную работу, особым образом должна меняться роль преподавателя. Он становится преподавателем-тьютором, который может организовать траекторию учащегося. Именно развитие дистанционного обучения официально закрепило в системе образования России преподавателя-тьютора, т.к. в этом была прямая необходимость. Ведь педагогической моделью учебного процесса здесь является самостоятельное изучение учебно-методического материала в сочетании с сопровождением преподавателя-тьютора.

Таким образом, тьютор – это преподаватель-консультант, ведущий учебный процесс в дистанционной форме и выполняющий одновременно функции преподавателя, консультанта и организатора (менеджера) учебного процесса.

Тьюториал – живое общение преподавателя-тьютора в индивидуальной или групповой форме со слушателями, основанное и связанное с вопросами изучения учебно-методических материалов [5]. Именно эта функция является основной в новой роли преподавателя. Он должен оказывать помощь слушателям в части:

- отбора и логического упорядочивания полезной информации, заложенной в учебно-методических материалах;
- распознавания в ней рационального, перспективного и выявления возможности его применения в своей профессиональной деятельности.

В данном случае учить прежде всего означает организовывать и управлять учебным процессом студента [4].

Преподаватель-тьютор не должен излагать материал (он есть в источниках информации), его задача – пояснять, как лучше этот материал изучать, то есть консультировать. Ему необходимо знать все модули учебного плана, их взаимосвязь между собой, четко проследить все междисциплинарные связи.

Только в этом случае преподаватель-тьютор становится действительно куратором-консультантом и способен:

- оказывать индивидуальную научно-методическую помощь на всех этапах самостоятельной работы;
- корректировать преподаваемый курс в зависимости от уровня подготовки обучаемого;
- помогать слушателям в их профессиональном самоопределении.

Как организатор учебного процесса тьютор:

- составляет индивидуальный график учебного процесса (занятия, консультации по учебному курсу, по которому он работает с группой);
- организует проведение групповых (коммуникативных) занятий слушателей;
- осуществляет текущую аттестацию слушателей (промежуточные тесты, итоговый экзамен).

В подаче материала должна проследиться линейная последовательность – учебный маршрут через составные части учебного плана.

К тьюторам предъявляются очень высокие профессиональные требования:

- высшее образование;
- опыт педагогической, научной и по возможности практической управленческой деятельности;
- практические представления о тех конкретных областях предпринимательской деятельности, которые имеют прямое отношение к изучаемому учебному курсу [4].

Прямая и обратная связь между преподавателем и студентом может быть организована в форме тьюториала, модель его представлена в табл. 1.

Во многом от личности тьютора-преподавателя зависит успешность и эффективность всего образовательного процесса. Ведь обучающиеся очень разнородны по своему социальному и интеллектуальному развитию.

Тьютор должен учитывать эти особенности и использовать их для достижения высоких результатов. Это особый талант, которым он должен обладать или этому учиться. Таким образом, тьютор – это особая педагогическая профессия и в то же время высокая социальная миссия.

Таблица 1

Предлагаемая модель тьюториала

Часть	Содержание	Время, доля в %	Воспитательная составляющая	Развивающая составляющая
1	Теоретические основы в соответствии с учебными целями. Ответы на вопросы, которые могут возникнуть	15–25	Навыки самостоятельной работы с учебно-методическими материалами	Дополнительная информация в ответах на вопросы
2	Вопросы, на которые студенты отвечают индивидуально, групповое обсуждение решений, ответы на вопросы, которые могут возникнуть	25–30	Навыки коммуникативного обсуждения, уважения чужого мнения, конструктивной критики	Навыки поиска и анализа информации
3	Проблемные ситуации (кейсы), которые необходимо решить в группах из 2–3 человек, затем обсуждение всей группой	35–45	Навыки групповой работы и поиск коллективного решения	Творческое задание и его презентация

Список литературы

1. http://www.skolkovo.ru/public/media/documents/research/sedec/SKOLKOVO_SEDeC_Atlas.pdf.
2. Межрегиональная тьюторская ассоциация. Библиотека тьютора. <http://www.thetutor.ru/ob-assotsiatsii/dokumenty/resheniya-pravleniya-mta.html>.
3. Профессия – тьютор: Информационно-методический бюллетень. №2. М.: Институт проблем инклюзивного образования МТППУ, 2013.
4. Новик М.М. Педагогическая модель дистанционного обучения. Преподаватель-тьютор // Новые знания. 2000. №2. С. 21–24.
5. Лич Д. Прикладной анализ поведения. Методики инклюзии учащихся с РАС. М.: Оперант, 2015.

УДК 316.612; 316.621

Оганян Каджик Мартиросович
Оганян Карина Каджиковна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ В УНИВЕРСИТЕТЕ

Статья является результатом исследования по гранту ГРК-97/17 от 14.07.2017 «Проект-победитель» грантового конкурса стипендиальной программы Владимира Потанина 2016–2017.

Аннотация. В статье рассматриваются типы направленности социальной активности и субъективные факторы формирования социальной активности. Представлены результаты социологического исследования, проведенного в СПбГЭУ и посвящённого изучению состояния социально-профессиональной активности студентов и условий, организованных университетом.

Социальная активность – это качество личности, определяющее реализацию целенаправленной и общественно значимой деятельности. В результате исследования выявили, что социально-профессиональная активность развита у студентов на среднем уровне. Все выявленные проблемы, связанные с социально-профессиональной активностью студентов, можно объединить в ряд блоков. Первая группа проблем связана с личностным восприятием социально-профессиональной активности, под которой подразумевается неверно сформированное у студентов восприятие социально-профессиональной активности, где одна из характеристик – социальная – почти полностью исключается.

Вторая группа проблем обусловлена несоответствием реальных условий, созданных вузом для формирования и развития социально-профессиональной активности студентов, желаемым. В соответствии с каждой из групп проблем, были разработаны рекомендации, позволяющие исправить ситуацию. Их основной целью является повышение осознания общественной значимости проявления социальной активности и модернизация условий, создаваемых вузом, для развития социально-профессиональной активности студентов.

Ключевые слова: социально-профессиональная активность студентов, факторы формирования социальной активности, типы направленности социальной активности, учебный процесс, высшее образование, вузовские мероприятия, волонтерская деятельность, профессиональная деятельность, типологии успешности деятельности студентов в вузе, самосовершенствование.

Oganyan Kadzhik, M.
Oganyan Karina, K.
Sankt-Petersburg State University of Economics

FORMATION AND DEVELOPMENT OF SOCIAL AND PROFESSIONAL ACTIVITY OF STUDENTS IN THE UNIVERSITY

Abstract. The article deals with the types of social activity directions and the subjective factors of the social activity formation. The results of a sociological researches conducted at the SPbSEU are presented and are devoted to the examine of the social and professional students activity and the conditions organized by the university.

Social activity is a person's quality that determines the realization of purposeful and socially significant activity.

As a result, studies have revealed that the socio-professional activity is developed among students at an average level. All identified problems associated with the social and professional students' activity can be combined into a number of blocks. The first group of problems is connected with the personal perception of social and professional activity, which implies incorrectly formed perception of social and professional activity among students, where one of the characteristics – social – is almost completely excluded.

The second group of problems is caused by the discrepancy of the real conditions created by the University Formation and development of the social and professional students' activity, as desired. In accordance with each of the problems groups, recommendations were developed to remedy the situation. Their main goal is to raise awareness of the social significance of social activity and to modernize the conditions created by the university for the students' social and professional activity development.

Keywords: social and professional students activity, factors of social activity formation, types of social activity orientation, educational process, higher education, university activities, volunteer activity, professional activity, typologies of students' success in higher education, self-improvement.

В целом, исходя из анализа данных проведённого социологического исследования, состояние социально-профессиональной активности студентов можно назвать удовлетворительным [7; 8; 9]. Однако, если говорить об отдельных аспектах этого качества, то можно выделить ряд особенностей.

- У студентов ярко выражена направленность на самореализацию и развитие, в особенности в профессиональном плане, а самообразование воспринимается не только необходимым условия профессионального роста, но и как способ проведения досуга.
- Большинство студентов отнеслись к выбору профессии осознанно, что определяет их установку на профессиональное совершенствование, при этом наличие диплома о высшем образовании не воспринимается как показатель образованности человека.
- Студенты проявляют наибольший интерес к мероприятиям, проводимым в вузе, а наибольшей популярностью среди всех пользуется сфера научной деятельности.

Проблемными оказались следующие особенности социально-профессиональной активности.

- Невысокий интерес к посещению учебных занятий, из которого следует нестабильная посещаемость.
- Многие студенты не имеют чёткого представления о том, из чего должна состоять жизнь социально и профессионально активного студента.
- Несмотря на то, что студенты регулярно следят за событиями, происходящими в общественной сфере на уровне мира, страны и города, большинство предпочитают не вмешиваться в социальную жизнь. Основными мотивами неучастия в общественной деятельности выступили отсутствие смысла в подобной деятельности и проблем, затрагивающих личные интересы студентов.

- Было выявлено, что, несмотря на то, что большое число студентов хоть раз принимали участие в мероприятиях, организованных вузом, половина опрошенных повторно участвовать не собираются.

Основные результаты, полученные в результате собственного социологического исследования, подтверждают, а также частично дополняют выводы рассмотренных в рамках вторичного анализа данных отечественных исследований [1, с. 111–114; 4, с. 575–577], что позволяет нам говорить о том, что в сфере профессиональной активности современных студентов существуют некоторые тенденции.

Одной из наиболее значимых тенденций выступает увеличение, по сравнению с предыдущими годами, ориентацией студентов на личностное развитие и совершенствование.

Пассивность в отношении социально-профессиональной активности чаще всего объясняется отсутствием времени, а активность – наличием поощрения. Благоприятно, что лидирующей в сознании молодых людей ценностью выступает семья, что применительно к проявлению социально-профессиональной активности выступает фактором, определяющим отношение к подобной деятельности.

В наиболее общем виде все выделенные проблемы и тенденции можно объединить в две группы, характеризующие состояние социально-профессиональной активности студентов в настоящий срез времени.

Первая группа особенностей основывается на чрезмерной ориентации студентов на проявление профессиональной активности и совершенствовании себя именно как специалиста в ущерб осуществлению социальной активности. Эта группа проблем помимо этого характеризуется чрезмерной личностной ориентацией студентов, в то время как потребности общества не соотносятся с собственными и не воплощаются в реальные действия по их реализации [5; 6].

Вторая группа проблем связана с невысокой удовлетворённостью студентов условиями, созданными в университете, для формирования и развития социально-профессиональной активности. Учебные занятия недостаточно интересны, суть учебного материала не соответствует ожиданиям, а мероприятия недостаточно хорошо организованы.

Рекомендации по совершенствованию условий для формирования социально-профессиональной активности студентов [11].

Для решения проблем, выделенных ранее в две основные группы, а также частных особенностей восприятия и проявления студентами социально-профессиональной активности, был разработан перечень мероприятий и рекомендаций по совершенствованию сложившейся ситуации.

Поскольку в результате исследования, основным стимулом, способным привлечь студентов к участию в общественной деятельности, является получения вознаграждения, рекомендуется создать в вузе систему поощрения самых активных студентов. В перечне бонусов могут быть льготы на питание в столовых университета, бесплатные абонементы в спортивные и творческие секции, возможность скидки на посещение мастер-классов по профессии, проводимых в городе и т.д.

Необходимо показать значимость проявления социальной активности со стороны студенческого сообщества. Привлечение внимания студенческого со-

общества к проблемам проявления социальной активности позволить повысить количество студентов, участвующих в общественной деятельности [10].

Несмотря на то, что большинство студентов испытывают интерес к мероприятиям, проводимым в вузе, достаточно большое количество не стремится к участию в них повторно. Поскольку одна из основных причин снижения мотивации – это неудовлетворённость их организацией, то предлагается привлечь как можно большее количество студентов к их организации [2].

Необходимо оценить по достоинству такую форму проявления социальной активности как волонтерство, которая, к сожалению, находит так мало приверженцев среди молодых людей.

Поскольку студенты испытывают невысокую удовлетворенность характером проведения учебных занятий, что может быть связано с использованием большинством преподавателей традиционных форм обучения, которые, хотя и способствуют передаче знаний, но совершают это не с максимальной эффективностью, необходимо разнообразить набор предполагаемых в процессе занятий форм работы.

Внедрение интерактивных и активных методов образования позволит студентам не только лучше и быстрее усваивать материал, но и сделает процесс обучения более увлекательным, тем самым повысив познавательную активность студентов.

Поскольку проявление профессиональной активности и источники получения профессиональных знаний не должны ограничиваться рамками аудиторных учебных занятий, предполагается внедрение элективного курса, который будет направлен на решение ряда задач профессиональной направленности. В данный курс будет входить: организация мероприятий по адаптации и первичной профессиональной социализации студентов-первокурсников; профориентационное консультирование и помощь в решении психологических проблем в области профессиональной деятельности студентов; организация презентаций и экскурсий с выездами в офисы компаний-лидеров рынка, а также с приглашением их представителей в университет; обучение студентов правилам и способам выполнения кейсов и деловых игр, составленных на основе реальной деятельности компаний, с регулярным проведением различных конкурсов и олимпиад и др.

В условиях системы высшего образования помощь в формировании социально-профессиональной активности студентов реализуется в ряде аудиторных и внеаудиторных работ, предусмотренных государственным стандартом. На этом этапе перед вузом встаёт задача вовлечь студента в эту деятельность, а также создать все необходимые условия для последовательного развития его личностных, профессиональных качеств, самореализации и начального включения в профессиональную деятельность.

Список литературы

1. Васильева Л.Е., Кириллова О.В. Активная жизненная позиция, её формирование у студенческой молодёжи // Вестник Чувашского университета. 2013. №1. С. 111–114.
2. Воспроизводство интеллектуального капитала: Колл. монография / Под ред. Я.А. Маргуляна. СПб.: СПбАУУИЭ, 2016. 428 с.

3. Всемирный доклад ЮНЕСКО: К обществам знания [Электронный ресурс]. 2005. 231 с. Режим доступа: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001418/141843r.pdf>.
4. Каргаполова Ю.В. Теоретический анализ основных подходов к определению понятия «социальная активность» // Молодой ученый. 2014. №21. С. 575–577.
5. Оганян К.К. Социальные технологии формирования лидерских качеств у будущих руководителей в вузовской среде. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 140 с.
6. Оганян К.М. Корпоративная культура и ее роль в сохранении и развитии интеллектуальных ресурсов организации // Научная мысль. 2016. №3(21). С. 1–15.
7. Оганян К.М. Конкурентоспособность выпускника как показатель деятельности вуза / Актуальные проблемы социологии: Сб. науч. статей / Под ред. Р.А. Костина. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. С. 95–102.
8. Оганян К.М. Социологический анализ формирования конкурентоспособности выпускников вуза // Социология и право. 2016. №4(34). С. 52–59.
9. Оганян К.М., Оганян К.К. Социологический анализ исследования социально-профессиональной активности студентов // Социология и право. 2017. №3(37). С. 23–36.
10. Проблемы и перспективы развития общества в современных условиях: Колл. монография / Отв. ред. С.В. Бойко. Череповец: Филиал СПбГЭУ в г. Череповце, 2015. 365 с.
11. Социологическое сопровождение обеспечения конкурентоспособности выпускников вуза в условиях современного рынка труда: Колл. монография / К.М. Оганян [и др.]; Под ред. К.М. Оганяна. М.: ИНФРА-М, 2015. 244 с.

УДК 37(06)

Родичева Алла Федоровна
ГБОУ СОШ №103 Выборгского района,
Санкт-Петербург

ОЛИМПИЙСКОЕ ШКОЛЬНОЕ ДВИЖЕНИЕ В СИСТЕМЕ ВЫЯВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ МОЛОДЫХ ТАЛАНТОВ

Аннотация. Представлена характеристика и дана оценка практике выявления и развития молодых талантов посредством организации олимпиад для учащихся, сделан акцент на их роли как психологическом стимуле развития творческих и интеллектуальных способностей талантливых учащихся и студентов.

Ключевые слова: творческие и интеллектуальные способности талантливых учащихся, олимпиады школьников, психологический стимул.

Rodicheva Alla, F.
School №103 of the Vyborg district
of Saint-Petersburg

OLYMPIC SCHOOL MOVEMENT IN THE SYSTEM OF IDENTIFICATION AND DEVELOPMENT OF YOUNG TALENTS

Abstract. The article describes and assesses the practice of identifying and developing young talents through the organization of olympiads for students, emphasizing their role as a psychological stimulus for the development of the creative and intellectual abilities of talented students and students.

Keywords: creative and intellectual abilities of talented students, olympiads of schoolchildren, psychological stimulus.

Одна из задач Федеральной целевой программы развития образования на 2016–2020 годы была сформулирована как реализация мер по развитию научно-образовательной и творческой среды в образовательных организациях, развитие эффективной системы дополнительного образования детей [1]. Для осуществления поставленной задачи предусмотрен и проводится комплекс мероприятий, обеспечивающих создание необходимых условий для выявления и развития творческих и интеллектуальных способностей талантливых учащихся и студентов.

Учитывая ситуацию с досрочным прекращением реализации названной ФЦП с 1 января 2018 года и включением предусмотренных в ней мероприятий в государственную программу Российской Федерации «Развитие образования» на 2013–2020 годы (Постановление Правительства Российской Федерации от 12 октября 2017 года №1243), следует сказать как о положительном опыте о последовательном воплощении в рамках программы Концепции общенациональной системы выявления и развития молодых талантов, утвержденной Президентом Российской Федерации еще в 2012 году. В частности, Концепция предусматривала:

- внедрение современных моделей выявления, психолого-педагогического сопровождения талантливых детей;
- поддержку создания и реализации программ развития новых специальных учебно-научных центров для обеспечения территориальной доступности высокоуровневого обучения талантливых школьников в ведущих университетах;
- ежегодное проведение Всероссийской олимпиады школьников по 24 общеобразовательным предметам;
- ежегодное проведение учебно-тренировочных сборов по подготовке сборных команд Российской Федерации к участию в 8 международных олимпиадах по общеобразовательным предметам [2].

На сегодняшний день в России проводятся десятки интеллектуальных конкурсов. Отдельную категорию составляют те, которые дают право на преимущества при поступлении во все российские вузы. Сюда относятся всероссийская олимпиада школьников и олимпиады (I, II, III уровней), входящие в утверждаемый ежегодно перечень Минобрнауки России.

Льгота может быть двух видов – зачисление в вуз без вступительного экзамена или начисление максимального балла за ЕГЭ (единый госэкзамен) по профильному предмету олимпиады (или за дополнительное вступительное испытание). Характер льгот зависит от уровня олимпиады и статуса диплома (победитель или призер). Какую льготу предоставить, каждый вуз решает самостоятельно, ежегодно публикуя соответствующую информацию на своем сайте.

Согласно статье 71 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации», победители и призеры финала всероссийской олимпиады зачисляются в вуз без вступительных испытаний по соответствующему профилю.

Аналогичное правило может распространяться и на выигравших олимпиады I уровня из перечня Минобрнауки России.

Иностранные абитуриенты могут участвовать во всероссийской олимпиаде (если обучаются в российских школах), в некоторых олимпиадах из перечня Минобрнауки России, а также в проводимых специально для них локальных интеллектуальных турнирах или конкурсах отдельных вузов (достижения, как правило, учитываются только при поступлении в вуз, который проводит конкурс). Участие во всех олимпиадах добровольное и бесплатное.

На сайте Министерства образования и науки Российской Федерации опубликован актуальный перечень основных олимпиад, к участию в которых приглашаются учащиеся, осваивающие общеобразовательные программы основного и среднего общего образования, из России и стран зарубежья:

- «Открытая олимпиада школьников по программированию», организатор Московский физико-технический институт, Московский государственный институт им. Ломоносова (МГУ), при поддержке Департамента образования города Москвы;
- «Отраслевая физико-математическая олимпиада школьников «Росатом»» Национального исследовательского ядерного университета МИФИ совместно с Российской госкорпорацией «Росатом»;
- «Всесибирская открытая олимпиада школьников», которая проводится Министерством образования, науки и инновационной политики Новосибирской области, Новосибирским национальным исследовательским государственным университетом;
- «Всероссийская олимпиада школьников» Минобрнауки России, победители и призеры финала которой могут рассчитывать на прием без вступительных испытаний;
- «Покори Воробьёвы горы» Московского госуниверситета (МГУ) с газетой «Московский комсомолец»;
- «Международная Менделеевская олимпиада школьников по химии», организатор Московский госуниверситет;
- «Олимпиада им. Н.Д. Кондратьева», которую проводят Институт экономики РАН, Уральский федеральный университет, Финансовый университет при правительстве РФ;
- «Олимпиада школьников по информатике и математике» Санкт-Петербургского национального исследовательского университета ИТМО;
- «Высшая проба» Высшей школы экономики совместно с несколькими российскими университетами;
- «Ломоносов», которую проводит Московский госуниверситет (МГУ);
- «Физтех» консорциума технических вузов России (Московский физико-технический институт, Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ», Уфимский авиационный

технический университет, Северо-Кавказский федеральный университет, Казанский федеральный университет);

- «Объединённая межвузовская математическая олимпиада школьников» группы вузов – Московский авиационный технологический институт, Российский университет дружбы народов, Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ», Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет, Дальневосточный федеральный университет, Уральский федеральный университет;
- «Межрегиональные предметные олимпиады КФУ» Казанского Федерального Университета;
- «Многопредметная олимпиада Юные таланты» Самарского национального исследовательского университета;
- «Московская олимпиада школьников», которую проводят Департамент образования города Москвы, МГУ им. Ломоносова, Высшая школа экономики.

Есть олимпиады, к участию в которых допускаются учащиеся 7–11-х классов, студенты, аспиранты, молодые ученые, учителя, преподаватели, просто энтузиасты из России, СНГ и зарубежных государств. Пример – «Нанотехнологии – прорыв в будущее», которую проводит Московский госуниверситет (МГУ) и фонд инфраструктурных и образовательных Программ РОСНАНО.

«Олимпиада для студентов и выпускников вузов», которую проводит Высшая школа экономики, позволяет студентам бакалавриата, специалитета, выпускникам образовательных организаций высшего образования независимо от гражданства побороться за льготы при зачислении на магистерские программы ВШЭ, соответствующие профилю олимпиады.

Главная цель олимпийского школьного движения – возможность реализовать принцип «каждый ребенок талантлив». Любой школьник, а вместе с ним и учитель, может попробовать себя в разных областях, а существующие льготы при дальнейшем поступлении в вуз являются отличным психологическим стимулом.

В выступлении на круглом столе «Как поступить в российский вуз по результатам олимпиад школьников» проректор НИУ «Высшая школа экономики» В.В. Башев привел данные, согласно которым 36% поступивших в университет на бюджет в 2016–2017 годах – призеры и победители олимпиад, и подчеркнул: «Это мотивированные в определенных предметных областях дети, статистика показывает, что в дальнейшем они продолжают хорошо учиться» [3]. По словам представителя МГИМО МИД России И.С. Путинцева, за последние 2 года количество победителей олимпиад выросло в полтора раза, в вузе есть 4 программы, которые полностью состоят из олимпиадников. В МИФИ победители и призеры олимпиад составляют 35 процентов от всех бюджетников [3].

Поддержка и поощрение учащихся, добившихся успехов, осуществляется не только со стороны вузов. Ежегодно 1200 первокурсникам, победившим в олимпиадах, присуждается грант президента РФ в размере 20 тысяч рублей (ежемесячно

на весь период обучения). Получить такую поддержку можно, взяв на себя обязательства хорошо учиться, а после окончания вуза работать в России.

Таким образом, олимпиадное движение является важным связующим звеном между средней и высшей школой [4, с. 10].

Следует понимать, что все необходимые условия для участия учащихся в олимпиадах, должна создавать администрация образовательного учреждения, начиная от утверждения системы элективных курсов разных направленностей, освобождения учителей и школьников-участников от текущих занятий, создания системы дистанционного участия детей в предметных олимпиадах, до поощрения победителей, призеров и подготовивших их учителей. С начала учебного года должна быть организована систематическая подготовка школьников к участию в олимпиадах. При этом повышение уровня познавательной активности, овладения материалом различных разделов предмета наилучшим образом достигается в рамках индивидуальной программы, а психологическую подготовку школьники могут получить, работая в команде.

В подготовке школьников к олимпиадам неоценимую помощь могли бы оказать преподаватели вузов-партнеров. Необходимо организовать обучение учителей приемам развития самостоятельных познавательных и творческих сил школьников, анализировать и оценивать вводимые учителями педагогических инноваций [4, с. 7; 5, с. 60].

Такими представляются прикладные задачи реализации комплекса мер по обеспечению создания необходимых условий для выявления и развития творческих и интеллектуальных способностей талантливых учащихся и студентов в рамках олимпиадного движения.

Список литературы

1. О Федеральной целевой программе развития образования на 2016–2020 годы (с изм. на 22 ноября 2017 года): Постановление Правительства Российской Федерации от 23 мая 2015 года № 497.
2. Концепция общенациональной системы выявления и развития молодых талантов: Президент Российской Федерации. 3 апреля 2012 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://edu53.ru/np-includes/upload/2012/09/10/2837.pdf> (дата обращения: 05.01.2017).
3. МИА «Россия сегодня». Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ria.ru/abitura_rus/20170523/1494919159.html (дата обращения: 05.01.2017).
4. Методические рекомендации по подготовке и участию школьников в предметных олимпиадах и конкурсах научных работ и проектов. М.: РУДН, 2015. 134 с.
5. Родичева А.Ф., Тютикова И.Б. Инновационная деятельность в образовательном учреждении // Перспективы развития науки в области педагогики и психологии: Сб. науч. трудов по итогам междунар. науч.-практ. конференции. Челябинск: Инновационный центр развития образования и науки, 2015. С. 59–62.

УДК 336

Спивак Владимир Александрович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

СПЕЦИФИКА РЕАЛИЗАЦИИ КЛЮЧЕВЫХ АСПЕКТОВ МЕНЕДЖМЕНТА В САМОМЕНЕДЖМЕНТЕ

Аннотация. Рассмотрена специфика применения в самоменеджменте таких основных категорий менеджмента, как миссия, видение будущего, целеполагание, стратегия, функции управления. Отмечена необходимость научного подхода к управлению собственной жизнью человека, адаптации и применения теорий и практики современного менеджмента к решению стратегических и текущих проблем.

Ключевые слова: самоменеджмент, научный подход, адаптация категорий менеджмента.

Spivak Vladimir, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE SPECIFICITY OF IMPLEMENTATION OF KEY ASPECTS OF MANAGEMENT IN SELF-PRESENTATION

Abstract. Specificity of application in self-management of such basic categories of management as mission, vision of the future, goal-setting, strategy, management functions is considered. The need for a scientific approach to the management of one's own life, adaptation and application of the theories and practices of modern management to the solution of strategic and current problems is noted.

Keywords: self-management, scientific approach, adaptation of management categories.

Опираясь на содержание понятия «самоменеджмент», рассмотрим основные аспекты современного менеджмента и их содержание в теории и практике самоменеджмента.

Сначала определим задачи самоменеджмента как науки.

Наука – сфера человеческой деятельности, функция которой – выработка и теоретическая систематизация объективных знаний о действительности; одна из форм общественного сознания; включает как деятельность по получению нового знания, так и ее результат – сумму знаний, лежащих в основе научной картины мира; обозначение отдельных отраслей научного знания. Непосредственные цели – описание, объяснение и предсказание процессов и явлений действительности, составляющих предмет ее изучения, на основе открываемых ею законов [2, с. 787].

Приведем наш вариант определения понятия «самоменеджмент» как вида менеджмента: *Самоменеджмент* – это реализация функций и достижений науки и практики управления по отношению к себе и собственной жизни.

Самоменеджмент как научная дисциплина призван решать задачи: 1) описать то, что происходит с самим человеком (ситуация, обстоятельства, положение, в котором оказался субъект или объект внимания, образы, модели субъектов и объектов, заинтересованных лиц, модели ситуаций, других существенных факторов влияния); 2) объяснить условия и причины такого положения вещей, постараться выявить закономерности, общее и частное в сложившемся положении вещей, найти подходящие теории, методики, рекомендации; 3) определить желаемое, предпочтительное, ожидаемое развитие событий, сформулировать цель устремления, образ будущего, сделать прогноз развития объекта исследования и результатов воздействия на этот процесс, применить наиболее подходящие, по мнению исследователя, рекомендации, методики, способы, инструменты для исправления положения, выбрав воздействие, согласно прогнозам, сулящее наибольший успех, наиболее эффективно исправляющее положение.

Если кратко, то, следуя необходимости опираться на научный подход как обеспечивающий наиболее глубокое познание происходящего и предоставляющий не личный, а общемировой опыт и результаты исследований в интересующей области (в нашем случае в области менеджменте и других гуманитарных дисциплин), человеку необходимо определять видение настоящего (если нужно, то и видение прошлого), видение будущего при всей их сложности, и пути перехода в будущее, достижения целей различного горизонта управления и значимости.

Перевод системы из одного состояния в другое требует наличия сопоставимых параметров «до и после», позволяющих с максимальной объективностью фиксировать (посредством учета и контроля показателей) наличие и интенсивность движения в нужном направлении. Образы настоящего и будущего следует описывать в одних и тех же терминах, применять аналогичные понятия и смыслы, включать в их состав одинаковые и вполне сопоставимые элементы. Параметры, показатели, оценочные количественные и качественные характеристики, естественно, отбираются и обосновываются субъектом по-своему, в разных случаях и у разных субъектов они могут быть различными. Определение различий «между прошлым, настоящим и будущим» и разработка научно обоснованной стратегии перехода из настоящего в будущее состояние (с учетом прошлого) составляет сущность стратегического самоменеджмента. Текущие и локальные проблемы также наилучшим, наиболее обоснованным и убедительным образом решаются на базе научного подхода.

Повторим, что используемые модели, критерии, имеющиеся знания, методики, рекомендации каждый субъект выбирает «субъективно», но в случае опоры на научный подход – на основе методологии научного познания.

Субъект познания, исследователь – вы сами, объект – также вы сами и ваша жизнь, предмет – стороны вашей жизни и ваши качества как профессионала и личности, в контексте среды обитания, разных жизненных ситуаций, видов деятельности. Субъектом управления, деятельности по осуществлению изменений, перехода в новое состояние, выбора и использования необходимых ресурсов также являетесь вы сами. Субъектами оценки результатов вашего самоуправления, его эффективности, в первую очередь, являетесь вы сами, а, кроме этого, заинтересованные лица, мнение которых важно для вас. Обычно

суть решаемых проблем – несоответствие между реалиями жизни, деятельностью, результатами, достижениями и желаниями, ожиданиями, представлениями об успехе и достижениях. Самоменеджмент как вид менеджмента предполагает опору на достижения в области менеджмента и других гуманитарных наук, с учетом субъективности конкретного субъекта и его компетенций, а также результатов выбора полезных для себя знаний. Осложняет выбор и принятие решений в самоменеджменте многообразие определений менеджмента, его видов, моделей, областей исследования и результатов исследования, методик и рекомендаций. При условии согласия с такой точкой зрения на понятие и генезис самоменеджмента, компетентность в области менеджмента (как основа компетентности в области самоменеджмента) является необходимым фактором успеха в управлении собственной жизнью.

Базовыми дисциплинами для самоменеджмента могут быть признаны менеджмент организаций и все области исследования в менеджменте, особенно управление персоналом, лидерство, а также экономика, психология, организационное поведение, социальная психология, социология и другие, составляющие элементы эрудиции субъекта. Выбор базовых дисциплин осуществляет сам субъект на основе признания их полезными, целесообразными для адаптации к специфике области своего исследования. Основным подходом должен быть признан научный подход к познанию и управлению. Методы познания самого себя и значимых других, методы самоуправления выбираются, если необходимо, адаптируются из состава методов базовых научных дисциплин. Не исключается и компиляция методов, теорий, их обоснованное изменение, а также разработка собственных новых знаний.

Повторим, компетентному исследователю самоменеджмента и субъекту, решающему проблемы собственной жизни и деятельности, следует, опираясь на базовые дисциплины, знать теории, методики, измерители, практику применения, обоснование многочисленных точек зрения, осознавать поле своей эрудиции, компетенций. Необходим также процесс погружения в ту область знаний, которая представляется полезной, осмысление и адаптация накопленных знаний.

Рассмотрим специфику реализации основных аспектов менеджмента в применении к самоменеджменту.

То, что в менеджменте определяется как *миссия организации*, в самоменеджменте представляется *смыслом жизни* человека. Смысл жизни – осознанное представление человека о его предназначении, смысле существования, целях появления на свет, ради чего он готов жить, умереть, какую память оставить по себе. На основе исследования собственного смысла жизни, знакомства с определениями философов, выдающихся людей, с примерами, возникает возможность представить смысл своей жизни в виде глубоко осмысленной, иногда выстраданной, формулировки или в виде дерева целей жизни, где обобщенная цель жизни декомпозируется на уровень подцелей и целей более низких уровней, которые могут быть определены в параметрах, в показателях.

Важнейшей задачей является разработка *моделей* как самого себя, так и всех объектов, субъектов, ситуаций, имеющих значение для нашей жизни. Модель самого себя в собственных глазах и в глазах других субъектов, своего об-

раза, имиджа должна разрабатываться как система взаимодействующих элементов, их отношений, свойств, качеств, характеристик, наиболее точно определяющих субъекта, его общее с другими и особенное, в контексте окружающей среды. Необходимо разрабатывать модель себя настоящего, возможно, себя в прошлом для сравнения и выявления тенденций изменений, развития, и себя будущего. По мере выявления актуальных проблем, факторов, препятствующих достижению жизненных целей, может потребоваться моделирование локальных сторон своей личности, отдельных свойств, качеств. В процессе взаимодействия с другими людьми, группами, организациями необходимо представление, модель этих субъектов в прошлом, настоящем и будущем.

Обозначим некоторые виды уместных в данном случае моделей: описательная модель, системная модель, структурная модель, целевая модель (дерево целей), функциональная модель, факторная модель, модели ситуационного анализа, генетическая модель, эмпирическая модель, параметрическая модель, профессиональные и личностные модели, профиль должности, модель трудового потенциала и др. Моделью являются также бренд, имидж, репутация человека.

Видение будущего организации и видение будущего человека представляют собой более или менее развернутую картину, образ, модель самого себя и окружающей среды. Например, каким я вижу себя через несколько лет, свой желаемый образ, свои достижения, в будущей среде – всеобщей и задающей.

Анализ внешней среды, ее прошлого, настоящего и будущего, позволяющий определить свое место в окружающем мире и его влияние на собственные цели и развитие, может изначально основываться на методах ситуационного анализа, в частности, PESTEL-анализа.

Анализ внутренней среды, т.е. самого себя как субъекта отношений в различных сферах жизни, как профессионала и личности, можно осуществить на основе метода SWOT-анализа и многих других. Важно выявить и обосновать свои сильные стороны, свои конкурентные преимущества, с тем, чтобы определить направления развития и инвестиций в него, а также рационально распределить ресурсы.

Цели жизни на каждом уровне системы, или дерева целей, при каждой возможности должны определяться как «более чем умные». В современном менеджменте широко распространена точка зрения, что качества цели должны быть определены в следующих аспектах по аббревиатуре SMART («Smart» на американском сленге означает «ум, проницательность»): Specific – конкретность, Measurable – измеримость, Agreed – согласованность, Realistic – реалистичность, но и напряженность, Time-related – определенность по времени [4, с. 88–89]. Кроме этого, необходимо, чтобы цель была достигнута экономичным способом и обеспечена ресурсами. В этом случае аббревиатура трансформируется в SMARTER, т.е. «более чем умную» цель, которая выглядит в глазах любого субъекта достаточно глубоко проработанной и убедительной.

Важная роль отводится *структуризации целей*, что позволяет уточнить их содержание, выявить факторы, прояснить смыслы.

Дерево генеральных или, по Рокичу, «терминальных» целей в идеале может разрабатываться в разрезе областей или сфер жизни, например, в рамках

концепции «Колесо жизни», ценностей жизни (по Рокичу), направлений развития, ключевых потребностей. Кроме уровня генеральной цели, подцелей и более низких уровней собственно целей, по возможности «умных», по каждой цели самого низкого уровня разработке подлежат факторы достижения целей, которые, согласно концепции поля сил К. Левина, как способствуют, так и препятствуют достижению целей. Приходится прогнозировать и ресурсы, необходимые и достаточные для обеспечения достижения целей. Состав видов ресурсов, или обеспечения, в системном подходе определяется следующим образом: научно-методические, информационные, финансовые, материально-технические, кадровые, организационно-экономические, правовые, социально-психологические, временные.

В качестве понимания сущности *стратегии*, при всем многообразии точек зрения на это, явление, можно принять пути и способы достижения целей. Например, применительно к собственной жизни можно рассмотреть такие менеджерские стратегии, как рост, развитие, стабилизация, сохранение, экономия, концентрация, дифференциация, партнерские стратегии, стратегии на основе SWOT-самоанализа, стратегические концепции УЧР М. Армстронга [1, с. 77–91] и др.

Основные *функции субъекта по управлению* собственной жизнью достаточно многочисленны:

- 1) анализ среды и самого себя;
- 2) определение, формулировка проблемы;
- 3) установление причин и факторов внешнего и внутреннего характера и их влияния на возникновение и последствия наличия проблемы;
- 4) формулировка целей на основе исполнения требований алгоритма SMARTER, разработка дерева целей, классификация целей и проблем как стратегических, текущих, значимых, срочных и по другим основаниям;
- 5) определение критериев достижения цели;
- 6) выдвижение и оценка гипотез решения проблемы, выбор наиболее предпочтительной гипотезы;
- 7) планирование проверки и реализации наиболее предпочтительной гипотезы;
- 8) нормирование и расчет требующихся ресурсов;
- 9) организация деятельности;
- 10) обеспечение выполнения планов всеми видами ресурсов;
- 11) самомотивация, стимулирование других причастных к достижению целей лиц;
- 12) учет хода исполнения планов;
- 13) контроль;
- 14) координация деятельности с партнерами;
- 15) регулирование по отклонениям от планов;
- 16) корректировка планов;
- 17) получение, анализ и интерпретация результатов.

Адаптация и применение в управлении собственной жизнью научного подхода и методов современного менеджмента позволяет обеспечить более высокую прогнозируемость событий, более глубокое обоснование принимаемых решений. Более подробно о методологии и стратегии самоменеджмента написано в монографии автора [3].

Список литературы

1. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами. М.: ИНФРА-М, 2002.
2. Большой энциклопедический словарь. М.: Большая Российская энциклопедия; СПб.: Норинт, 2001.
3. Спивак В.А. Методология и стратегия самоменеджмента. М.: Креативная экономика, 2018.
4. Стредвик Дж. Управление персоналом в малом бизнесе. СПб.: Изд. дом «Нева», 2003.

УДК 378

Толордава Жанна Константиновна
Тбилисский государственный университет
им. И. Джавахишвили

СИМУЛЯЦИОННЫЕ МОДЕЛИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ СТУДЕНТОВ

Аннотация. Особое значение в развитии профессионализма специалистов вообще и экономистов, в частности, в современных условиях приобретает усвоение студентами знания научных основ будущей профессиональной деятельности, овладение ими профессиональными умениями и навыками. Это позволяет им уже в процессе обучения в вузе идентифицировать себя с профессиональным сообществом. Вследствие этого, проблема формирования профессиональной идентичности студентов обуславливается интересом общества. Соответственно, возрастает значение развития профессионализма каждой личности, что повышает конкурентоспособность будущего специалиста, обеспечивает деловую активность личности, способность самостоятельно принимать рациональные решения и внедрять их в практику.

Ключевые слова: профессиональная идентичность, профессиональная деятельность, профессиональные знания и умения, интерактивные методы, симуляционные модели, деловые игры, экспертные системы, ролевые игры.

Tolordava Janna, K.
Tbilisi State University

THE SIMULATION MODELS AND THE PROFESSIONAL IDENTITY OF THE STUDENTS

Abstract. In modern world development of the professional competence, pertaining to their future carriers, by specialists in general and economists, in particular, depends on acquiring knowledge of the scientific foundations of their future occupation and mastering professional skills and habits. This allows them to identify themselves with the professional community already while attending a

university. Therefore, the issue of build up of the professional identity of students is determined by the public interest. Accordingly, increases the importance of professional development, which enhances the competitiveness of the future professional, ensures his (her) business activity, the ability to make rational decisions independently and to introduce them into practice.

Keywords: professional identity, professional occupation, professional competence and skills, interactive methods, simulation models, business game, computer-aided training, expert systems, business training, role playing.

Сегодня значительную часть во всем множестве решаемых проблем занимают проблемы, связанные со сравнительно новыми для сферы наших компетенций вопросами рыночной экономики, устойчивого развития, экономики знаний и процессами глобализации. Для обеспечения соответствующего уровня решения этих проблем от человека необходимо постоянное углубление полученных знаний и овладение новыми профессиональными умениями. Естественно, что в условиях перехода общества на новую инновационную стадию развития, способствуют формированию общества знаний, основными признаками которого становится рост интереса к знаниям, так как именно знания являются важнейшим фактором роста общей производительности труда.

Как показывает практика, чем выше уровень образования работников, тем активнее внедряется технологический процесс и повышается потребность общества в инновациях. Знания становятся движущей силой социально-экономического, технологического и культурного развития. В этих условиях на переднем плане оказывается человеческий капитал, посредством которого осуществляются внедрения новых идей, технологий и достигается успешная конкуренция на рынке.

В связи с этим возрастает роль проблемы профессиональной идентичности, она требует более пристального изучения, так как, с одной стороны, она формируется в процессе профессионального развития, с другой, служит важнейшим мотиватором приобретения знаний. Так как, в новых динамичных социально-экономических условиях, чтобы выдержать конкуренцию, обеспечить благополучие своих близких и собственную стабильность в будущем, современный профессионал должен быть способен к постоянному развитию и анализу своего места в социальной и профессиональной среде.

Еще одна причина, по которой в настоящее время вопросы, связанные с профессиональной идентичностью становятся особенно актуальными для изучения – это необходимость её развития еще в период университетской подготовки. Собственно этой проблеме и посвящена данная работа с упором на опыт автора, базирующийся на использовании методов имитационного игрового моделирования (симуляционных моделей). Достоинством этих методов обучения является также их еще один немаловажный аспект – это развитие в студентах способности к социологизации, сущность которой заключается в приобщении человека к определенному обществу или игнорирование его. Это весьма значительный фактор для будущего бизнесмена, так как он в значительной степени является определяющим в достижении успешного бизнеса.

Значительный вклад в изучение идентичности в психологии принадлежит Э. Эриксону и его эпигенетической теории развития личности. Эриксон понимал

идентичность в целом как процесс «организации жизненного опыта в индивидуальное Я». По его мнению, идентичность имеет определенную организующую функцию в развитии личности и это является центральным для Э. Эриксона при рассмотрении вопроса о стадиях психосоциального развития. Согласно концепции Э. Эриксона, при становлении профессиональной идентичности человек проходит те же этапы, что и при социализации – доверие, автономию, инициативность, достижение, идентичность, творчество, интеграцию [7].

Как показал опыт работы Центра имитационного моделирования и интерактивных методов обучения Тбилисского государственного университета им. И. Джавахишвили, при подборе методов обучения для экономических дисциплин необходимо было аналитически переосмыслить содержание предмета, установить порядок и методы приложения теоретических знаний к будущей профессиональной практической деятельности выпускников университета. С этой целью были выбраны симуляционные методы обучения, такие как, имитационные, «ручные» и компьютерные методы (модели), ситуационные, инсценизационные (role playing), метод инцидента и деловые игры, способствующие углублению знаний, приобретению практического опыта.

Так, для бизнес-образования, для которого характерно множество методов обучения, с помощью которых достигается не только передача теоретических знаний и привитие навыков практической работы, а также реальный опыт будущей профессиональной бизнес-деятельности, наиболее эффективными оказались деловые (симуляционные игры), когнитивные модели, обучающие и экспертные системы, кейс-метод и др. Все эти методы позволяют развивать в студентах такие необходимые для бизнес-деятельности качества, как коммуникативные способности, искусство принятия решений, умение работать в группе, адаптация к изменениям в среде или управление ими.

Для достижения наиболее благоприятных условий для формирования профессиональной идентичности студентов, высокой степени вовлечения их в данный процесс был учтен ряд аспектов практического характера. Так, при моделировании экономических процессов был учтен междисциплинарный подход к проблеме. С этой целью в управленческие игры были включены психологические, дидактические аспекты процесса управления, что придало разработанной модели большую достоверность [3; 5].

В моделях процессов устойчивого развития, рассматривались как экономическая устойчивость, так и экологическая, и студентам предлагалось выбрать наиболее приемлемый вариант развития, при котором будет обеспечен рост экономики с наименьшим нанесением вреда окружающей среде [3; 4].

Как свидетельствует наш опыт, наиболее эффективными методами обучения экономистов стали имитационные игровые модели. Имитация (симуляция) на модели с одновременным усложнением условий ее функционирования дает множество различных вариантов решений с указанием слабых звеньев и факторов, оказывающих влияние на дальнейшее изменение решений.

Работа с аналог-моделью, существующей в реальной действительности, дает возможность анализа и прослеживания различных комбинаций преобразования и совершенствования этой модели, исходя из намеченных в игре целей.

Игра может имитировать деятельность целой хозяйственной единицы или ее фрагментов, модулей в продолжительном или краткосрочном периоде. Большие секвенционные компьютерные игры предполагают имитацию системы с комплексным, динамичным охватом основных управленческих процессов, происходящих на предприятии.

Все эти меры были направлены на овладение студентами в процессе обучения в университете многосторонними знаниями и умениями, на повышение самосознания студентов и на выработку профессионально значимых качеств, необходимых в профессиональной деятельности, что в итоге способствует формированию профессиональной идентичности будущих специалистов.

Отдельно хочется отметить значение управленческих игр. Освоение основ менеджмента прежде всего заложено в управленческих играх, так как они способствуют адаптации управленческих навыков менеджера. В реальной действительности это требовало бы многих лет труда на одной из должностей управленческого персонала.

Участники игры в этом случае быстро овладевают схемой поведения, запоминают причинно-следственные реляции и учатся основным обратным связям между управленческими пространствами. Благодаря этому становится возможным выполнение комплексного анализа результатов решений каждого игрока. Наличие компьютерной поддержки в управленческих деловых играх позволяет использовать готовые расчетные модели, с одной стороны, а с другой стороны – обеспечить перманентный возврат к банку данных, к информации о ранее принятых решениях и их результативности. Все это дает возможность неоднократного обыгрывания различных вариантов сконструированной модели.

Игряющий может действовать только в области приемлемых решений. Выход за границы этой области вызывает блокаду действия, что побуждает к повторному анализу экономической ситуации имитируемого объекта с целью принятия правильного решения. Своего рода замещением реального опыта является знакомство и освоение студентами функций управления, а на их фоне с навыками принятия коллективных решений.

При изучении особенностей профессиональной идентичности студентов-экономистов во время проведения занятий методом деловых игр, кейсов, экспертных систем, было установлено, что доминирует образ видения себя, как аналитика, маркетолога, бизнесмена, специалиста по консалтингу, менеджера и т.д.

В этой связи интересен опыт авторов Аркаевой Н. и Ибрагимовой Э., которые считают, что «студент, осознавая смысл своей будущей профессиональной деятельности, степень эмоциональной вовлеченности в нее, стремясь самовыразиться и самоутвердиться в ней, понимает значимость деятельности для себя, что способствует становлению профессиональной Я-концепции и в целом личности будущего специалиста» [1].

Большие возможности в плане формирования профессиональной идентичности открываются при использовании метода *role playing*, который иногда называют психодраматическим методом. Он воссоздает те взаимоотношения между работниками фирм, компаний, которые имеют место в действительности при решении производственной проблемы и интересы участников различны [2].

При этом обучающиеся «играют» определенные роли и выполняют функции этих лиц, что дает студентам возможность побывать в различных «должностях» среднего звена и способствует становлению их Я-концепции в конкретной ситуации их будущей профессиональной деятельности.

Любая «ручная», компьютерная, планшетная и аналитическая игра позволяет проследить цепь причинно-следственных связей аналогичных реальной действительности. Однако в игре обучающийся не платит за последствия ошибочных решений, как это было бы в практической профессиональной деятельности. И, конечно же, при этом не будет присутствовать фактор давления реальной ситуации или ответственности, но, тем не менее, выполняя определенную задачу, каждый участник может для себя выбрать образ мыслей, алгоритм действий той личности, роль которой он исполняет. В этой связи следует отметить, что так происходит осознание студентами особенностей профессии, профессиональных требований, профессионального «Я-образа», продуктивных путей вхождения в профессию.

Нахождение «личностных смыслов» в выбираемой, осваиваемой или уже выполняемой трудовой деятельности, считает Н.С. Пряжников, есть профессиональное самоопределение, где ключевую роль играет образ профессии. На начальном этапе формирования профидентичности важно, как складывается у индивида образ профессии и как он будет изменяться [8].

Таким образом, можно сделать вывод, что указанные методы обучения наилучшим образом обеспечивают совершенствование живого процесса формирования профессионала в университете, способствуют профессиональному самоопределению студентов, видению ими образа профессии, становления их профессиональной идентичности, что и должно стать одним из доминирующих направлений высшего образования.

Список литературы

1. Аркаева Н.И., Ибрагимова Э.Ф. Исследование профессиональной идентичности студентов педагогического вуза и колледжа // Науч.-метод. электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 7. С. 126–130. URL: <http://e-koncept.ru/2>
2. Толордава Ж. Деловые игры и активные методы обучения в высшей школе. Тб.: Изд. Тбилисского госуниверситета, 1984.
3. Tolordava J., Development of the professional identity of the economics studentsthrough the simulation modeling method. Conference of the international “ARTIFEX” University of Bucharest, Romania 2017.
4. Tolordava J., Environmetntal simulation games and Ecopsichology. VIII International Congress of Psichology and Education. Alicante Espagne 2016.
5. Tolordava J., Formation du personnel économique pour les pays en transformation. Institutul de relații internaționale din Moldova, Relatii Internationale Plus nr1. 2015 Chișinău.
6. Tolordava J., D. De Tombe, D.N. Kavtaradze, G. Panizzi, P. Rizzi, E. Leigh. International experience in simulation modeling: economics and business, ecology, sociology. The monograph. Iv. Javakhishvili Tbilisi State University Press. 2013.
7. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. М.: Прогресс, 1996.
8. Пряжников Н.С. Профессиональное и личностное самоопределение. М.: Изд-во Ин-та практ. психологии; Воронеж: МОДЭК, 1996.

УДК 378

Шемякина Елена Юрьевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ФОРМИРОВАНИЕ СПОСОБНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СТРЕССОМ (СТРЕСС-МЕНЕДЖМЕНТА) У СТУДЕНТОВ

Аннотация. Рассмотрены результаты эмпирического исследования стрессоустойчивости и совладания со стрессом у студентов очной и заочной форм обучения. Обосновывается необходимость формирования базовой управленческой компетенции стресс-менеджмента в рамках формирования компетенции «УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни», относящейся к категории универсальных компетенций «Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)», вводимой в ФГОС ВО третьего поколения (++)). Предлагаются направления и возможности формирования компетенции стресс-менеджмента в учебной деятельности студентов в процессе изучения дисциплин психологического цикла.

Ключевые слова: компетенция, здоровьесбережение, стресс, стресс-менеджмент, управление стрессом, совладание со стрессом, копинг-стратегия, учебная деятельность.

Shemyakina Elena, Y.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE FORMATION OF THE STUDENTS ABILITY TO MANAGE STRESS (STRESS MANAGEMENT)

Abstract. The results of empirical research of stress resistance and coping with stress in full-time and part-time students are considered. Necessity of formation of basic managerial competence, stress management in the framework of competence «UC-6. Able to manage their time, to build and implement the trajectory of self-development, based on the principles of education throughout life», are related to the category of universal competencies «self-organization and self-development (including health care)», introduced in Federal state standards of higher education, its third generation (++)). Directions and possibilities of formation of competence of stress management in educational activity of students in the course of studying of disciplines of a psychological cycle are offered.

Keywords: competence, health care, stress, stress management, coping with stress, coping strategy, educational activities.

Проблема управления стрессом (стресс-менеджмента) становится все более актуальной не только для организаций, профессионалов, но в состоянии стресса по результатам различных исследований студенты первого курса оказываются буквально с первых дней занятий [1]. Компетенция стресс-менеджмента явно не присутствует ни в федеральных государственных образовательных стандартах высшего образования третьего поколения (ФГОС ВО), ни в уже принятых ФГОС поколения 3++. Тем не менее, во всех уже принятых ФГОС ВО 3++, а также в опубликованных проектах представлена специальная

категория универсальных компетенций «Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)». Понятие «здоровьесбережение» принципиально ново для образовательных стандартов высшего образования и, разумеется, требует специальной проработки. Не подлежит сомнению то, что «здоровьесбережение» на уровне личности включает в себя комплекс мер, направленных на поддержание и укрепление собственного здоровья, которое следует понимать достаточно широко: физическое, психическое, психологическое, духовное здоровье. Осмелимся предположить, что универсальная компетенция «УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни», относящаяся к этой группе, предполагает формирование столь актуальной компетенции стресс-менеджмента и рассмотрим эти возможности в рамках преподавания дисциплин психологического цикла.

Стресс как эмоциональное состояние имеет ряд как позитивных, так и негативных сторон. С одной стороны, состояние стресса заставляет человека искать новые алгоритмы и формы поведения, которые позволят адаптироваться к новой ситуации, используя при этом имеющийся жизненный опыт, когнитивные способности, проактивность, творческий потенциал и инициативность. С другой стороны, неконструктивное проживание этого состояния может привести обучающегося к таким субъективным переживаниям как повышенная тревожность, мнительность, бессонница, раздражительность, которые, несомненно, скажутся на эффективности и конечных результатах учебной деятельности.

Это делает актуальным изучение совладания с трудными жизненными ситуациями как механизма адаптации к изменяющимся социальным условиям у современных студентов.

Опрос и психодиагностическое тестирование, проведенные среди студентов очной и заочной форм обучения Санкт-Петербургского государственного экономического университета в 2016–2018 гг. в рамках преподавания дисциплин психологического цикла показал, что из 175 опрошенных около 90% испытывают состояние стресса.

Состояние стресса является адекватной реакцией на новую социальную ситуацию, но отсутствие необходимых компетенций совладания с ним приводит к нарушению механизмов адаптации, что может стать причиной широкого спектра негативных последствий, в том числе хронических заболеваний. Эксперты в области менеджмента обращают внимание на то, что сотрудники отечественных организаций пытаются даже при анонимных опросах скрывать наличие стресса [3].

Проведенное психодиагностическое тестирование позволяет сделать вывод, что более 30% студентов первого курса очной формы обучения (возраст от 18 до 20 лет) не могут успешно сопротивляться стрессу. По результатам анонимного опроса у 49% студентов стресс может стать причиной необдуманных поступков, у 65% – спровоцировать срыв на окружающих. Чаще всего стрессовая ситуация связана с учёбой (71,2% опрошенных). При этом 45% первокурсников подвергаются стрессу по причине страха перед экзаменом; 31% – из-за невозможности успеть вовремя сдать необходимые письменные работы, а так-

же экзамены и зачеты; 5% боятся потерять стипендию; 5% – конфликтуют с однокурсниками. Сильный стресс студенты испытывают во время сессии (89% опрошенных), 62% студентов стресс мешает учиться; немногим более 7% участвовавших в опросе справиться со стрессом помогают антидепрессанты, 12% прибегают к курению и алкоголю.

Иная картина складывается у студентов заочной формы обучения (30 человек), возраст которых колеблется от 20 до 40 лет и, соответственно, они имеют стаж работы от 1 года до 25 лет. Из числа опрошенных 80% успешно сопротивляются стрессу. Несмотря на экзаменационную сессию, студенты заочной формы обучения в качестве основных причин стресса отмечали совершенно иные (неучебные) проблемы, а именно – связанные с потерей, поиском работы, со снижением доходов, со здоровьем близких или своим собственным; 20% отметили проблемы в социальной сфере (отношения с близкими).

Преодолевая стрессовую ситуацию, студенты могут выбирать конструктивные или деструктивные пути решения проблемы (так называемые копинг-стратегии): первые способствуют совладанию со стрессом, а другие, напротив, затрудняют этот процесс. Стресс может быть успешно преодолен, либо привести к самым неблагоприятным последствиям. Проблему копинг-стратегий исследовали как зарубежные (Д. Амирхан, Р. Лазарус, Г. Селье, Р. Плутчик, Дж. Роттер, С. Фолкман), так и отечественные авторы (Р.М. Грановская, Н.М. Никольская, Н.А. Сирота, С.В. Фролова, В.М. Ялтонский). Было выявлено, что для совладания со стрессом каждый человек использует копинг-стратегии на основе имеющихся у него личностного опыта и психологических ресурсов. В использовании копинг-стратегий существует определенная возрастная динамика. С увеличением возраста повышается вероятность использования активных проблемосовладающих поведенческих стратегий (J. Birkiner, M. Petrosky) [2].

Изучение копинг-стратегий поведения студентов в стрессовых ситуациях (стратегий совладания со стрессом) также позволяет сделать вывод о существенных различиях между студентами-первокурсниками и студентами более «возрастной» группы. Менее половины студентов первого курса (42%) используют копинг-стратегию «разрешение проблемы» (среди студентов заочной формы обучения таковых 73% – т.е. подавляющее большинство); практически никто не использует стратегию «избегание проблемы», в то время как 25% студентов первого курса прибегают к ней. И, наконец, копинг-стратегию «поиска социальной поддержки» применяют соответственно 33% и 27% студентов очной и заочной форм обучения. Можно предположить, что интуитивно с возрастом приобретает способность следовать этой, наиболее конструктивной стратегии совладания со стрессовой ситуацией.

В процессе профессиональной подготовки бакалавров – будущих специалистов различных социальных сфер, в рамках психолого-педагогических дисциплин мы реализуем концепцию социально- и личностно-ориентированного образования, представляющего собой практическое воплощение идей гуманистического образования. Основные идеи этой концепции заключаются в формировании деятельно-активного, нацеленного на самореализацию, личностный

рост, развитие собственных возможностей и способностей типа личности студента. [4; 5]. В связи с этим предлагается в рамках формирования универсальной компетенции «УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни», обеспечиваемой, в том числе, при изучении дисциплин психологического цикла («Психология», «Психологический практикум», «Психология делового общения» и других), разработать рекомендации по освоению студентами приемов и методов стресс-менеджмента. В данном случае под понятием «стресс-менеджмент» предлагаем понимать профилактику стрессов обучающихся, разработку и обучение приемам и методам устранения и/или снижения негативных последствий стрессов, технологиям восстановления сил и работоспособности личности.

Возникновение и развитие стресса является глубоко индивидуализированным процессом, существенное влияние на него оказывают индивидуально-психологические качества личности обучающегося и особенности социальной ситуации (адаптационный период, проверочные работы, экзамены, межличностные отношения); и, разумеется, невозможно полностью снять психоэмоциональное напряжение обучающихся, но можно научить повышать устойчивость механизмов адаптации к психическому стрессу.

Обратим внимание на основные направления и возможности формирования компетенции стресс-менеджмента в процессе учебной деятельности студентов в процессе изучения дисциплины «Психология»:

- 1) Теоретическое освоение основных понятий, концепций и закономерностей, связанных с состоянием стресса и управлением им (например, в рамках изучения темы «Эмоции и чувства личности» раздела «Психология личности» рабочей программы дисциплины «Психология»). Изучение состояний и свойств личности, механизмов психологической защиты, приемов саморегуляции эмоциональных состояний в аспекте личностных предпосылок формирования стресса также может осуществляться в соответствующих темах курса «Психология».
- 2) Практическое вовлечение обучающихся в изучение и обсуждение особенностей состояния стресса, стрессоустойчивости, копинг-стратегий на семинарских (практических) занятиях, на занятиях кафедральных студенческих кружков, в рамках научно-исследовательской работы обучающихся и пр. Необходимо отметить, что в каждой группе обучающихся на протяжении многих лет преподавания дисциплин психологического цикла проявляется повышенный интерес к проблеме стресса и управления им. Изучение состояния стресса, копинг-стратегий с помощью психодиагностических средств в учебное и внеучебное время, получение обратной связи о результатах, обсуждение исследований вызывает неподдельный интерес и вовлеченность у обучающихся, что, несомненно, говорит о глубоко личной потребности в соответствующих знаниях.

- 3) Практическое обучение технологиям управления стрессом, саморегуляции эмоциональных состояний может осуществляться в рамках учебных практических занятий в курсе дисциплины «Психология», а также на занятиях кафедральных студенческих кружков, на специально организованных занятиях, тренингах и пр. вне сетки учебного расписания для обучающихся по их желанию.
- 4) Индивидуальное консультирование обучающихся преподавателями в часы консультаций по учебному предмету.

Список литературы

1. *Апарина Е.Н.* Особенности стресса студентов разных специальностей // Современная высшая школа: инновационный аспект. 2010. № 2. С. 32–37.
2. *Водопьянова Н.Е.* Психодиагностика стресса. СПб.: Питер, 2009. 336 с.
3. *Закаблущая Е.А.* Управление персоналом: руководитель и HR-специалист. СПб.: Речь, 2009. 234 с.
4. *Пашиковская И.Н., Королева Н.И.* Проблемы реализации гуманистической педагогической парадигмы в условиях компетентностного подхода (прикладные аспекты философии образования). СПб.: СПбГЭУ. 2017. 181 с.
5. *Пашиковская И.Н., Шемякина Е.Ю.* Активные методы обучения, реализуемые при формировании общекультурных компетенций в психологических дисциплинах / Совершенствование учебно-методической работы в Университете в условиях изменяющейся среды: Сб. трудов II национальной межвуз. науч.-метод. конференции. Ч. 1. СПб.: СПбГЭУ. 2018. С. 200–209.

УДК 155.9

Якимов Юрий Михайлович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

О ВОЗМОЖНОСТЯХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАРЬЕРНОГО САМОМЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация. Статья посвящена раскрытию некоторых особенностей технологий карьерного «самоменеджмента» персонала организации и адресована специалистам, стремящимся к построению собственной успешной карьеры. Стремление человека управлять своей карьерой объясняется тем огромным значением, которое имеет карьера для его жизнедеятельности. Карьера выступает в роли своеобразного контекста трудовой жизни человека, структурируя его трудовой опыт последовательностью определенных ступеней, благодаря чему профессиональная жизнь видится не сплошной бессвязной массой действий и событий, а приобретает вид развития, упорядоченного этими ступенями. Карьера выстраивает путь человеческого развития, внося определенность в трудовую жизнь, ориентируя человека во времени и пространстве.

Ключевые слова: самоменеджмент, карьера, виды карьеры, карьерный «самоменеджмент», карьерный коучинг, управление карьерой.

Yakimov Yury, M.
Saint-Petersburg State University of Economics

ON THE POTENTIAL USES OF CAREER SELF-MANAGEMENT

Abstract. The article is devoted to the disclosure of some features of the technologies of career “self-management” of the organization’s staff and addressed to professionals seeking to build their own successful career. The desire of a person to manage his / her career is explained by the great importance that his / her career has for his / her life. Career acts as a kind of context of human labor life, structuring his labor experience with a sequence of certain steps, so that professional life is not seen as a continuous incoherent mass of actions and events, and acquires the form of development, ordered by these steps. Builds a career path of human development, introducing certainty into the labour market, orienting a person in time and space. .

Keywords: self-management, career, career types, career “self-management”, career coaching, career management.

Современный менеджмент – это не только и не столько принятие решений и распределение ресурсов, но и выявление закономерностей деятельности организаций, групп и отдельных индивидов; создание на их основе действенного механизма функционирования, максимально устойчивого к постоянно изменяющемуся внешнему воздействию [3, с. 5].

В свою очередь от закономерностей такой разновидности менеджмента как самоменеджмент, т.е. от умений управлять собой, от соответствующих усилий по улучшению своей деятельности, во многом зависит личная эффективность персонала. Самоменеджмент позволяет совершенствовать навыки каждодневной работы и эффективнее использовать рабочее время. Нерациональное распоряжение своим жизненным ресурсом, своим потенциалом, отсутствие четкого планирования и целеполагания в деятельности могут способствовать созданию серьезного барьера для успешного развития, в том числе и карьерного роста персонала.

Каждодневное управление самим собой в производственном процессе – достаточно сложная задача, требующая системности, последовательности и комплексности. Желаемый результат – не только получение большей выгоды, но и всестороннее развитие личности, извлечение максимальной выгоды от своей самореализации, адекватное восприятие своего бытия и успешная идентификация себя в трудовом сообществе.

Цель написания статьи – выявить некоторые возможности технологий карьерного самоменеджмента персонала организации.

Карьера – это индивидуально осознанная, обусловленная изменяемыми в течение жизни взглядами, позициями, поведением и опытом, последовательность целей личностного развития, структурированных в духовном, профессиональном, статусном или экономическом плане, и процесс достижения этих целей в результате трудовой деятельности [2, с. 12].

Карьера, карьерный рост имеют существенное значение для специалистов по управлению персоналом, которые при рассмотрении резюме кандидата на какую-либо открытую вакансию, как правило, обращают внимание на карьер-

ные перемещения кандидатов. Иногда слишком частые и резкие «скачки» в карьере, необъяснимые и нелогичные на первый взгляд переходы из организации в организацию, оказывают негативное влияние на решение о приеме кандидата. Больше шансов на успех в подобной ситуации имеют те резюме, в которых отражено постепенное и ровное развитие карьеры соискателя.

Рассмотрим общепринятые в науке управления виды карьеры. Так, в зависимости от направленности, карьера бывает горизонтальной и вертикальной. Горизонтальная карьера – это повышение квалификации сотрудника, находящегося на прежней должности, перемещение сотрудника на аналогичную должность в другое подразделение организации, смежную область деятельности. Сопровождаются горизонтальные перемещения соответствующим повышением заработной платы.

При вертикальной карьере сотрудник движется «вверх», от стартовой позиции в организации к высокой должности. Это карьера в ее классическом понимании. В этом варианте развития карьеры сотрудник помимо повышения заработной платы зарабатывает также и повышение своего статуса, поэтому вертикальную карьеру часто называют также статусной.

В зависимости от ключевых изменений, происходящих при карьерных перемещениях, выделяют также карьеру властную, монетарную, центростремительную. Властная карьера предполагает расширение властных полномочий сотрудника, монетарная – повышение заработной платы, центростремительная карьера отражает продвижение сотрудника к руководству организацией [2, с. 56–67].

В целях оптимизации процесса карьерного роста персонала в соответствии с любым из выбранных видов карьеры активно применяется карьерный самоменеджмент – технология успешного планирования карьеры и реализации собственного карьерного потенциала. Его применение способствует достижению успеха в профессиональной сфере и в жизни в целом [7].

Карьерный самоменеджмент, как явление и научное понятие, появился относительно недавно. Его возникновение было вызвано происходящими преобразованиями в обществе и сознании людей. Так, несколько десятилетий назад, правила построения карьеры были относительно просты – чем дольше и качественнее сотрудник работает в организации, тем выше поднимается по карьерной лестнице. Ведущую роль играли стаж работы, профессиональные качества, нарабатываемые в течение длительного времени. Доход работника соответственно увеличивался и от времени работы в организации, и от занимаемой должности.

Построение карьеры в современном мире требует от работника большей отдачи, чем это было несколько назад. Чтобы занять высокое положение в своей сфере деятельности, просто необходимо управлять своей карьерой.

Мотивация выбора того или иного варианта карьерного продвижения связана с мотивами профессиональной деятельности, в то время как внутреннее побуждение продвижения формируется, прежде всего, под воздействием динамических черт работника (потребности, установки, интересы). В совокупности, они должны быть ориентированы на достижение поставленных целей.

В число ведущих факторов мотивации карьерного роста входит: желание повысить уровень жизни посредством занятия более высокой должности, честолюбие и т.п. Кроме того мотивом для начала управления своей карьерой могут стать проблемы в существующей карьерной позиции. Признаки проблем в карьере: неспособность продолжать учиться; отставание с овладением новыми навыками; отсутствие регулярного вклада в успех организации; нежелание ходить на работу. Все это должно стать стимулом для карьерного самоменеджмента.

В рамках описания технологий карьерного «самоменеджмента» целесообразно рассмотреть основные этапы управления карьерой, среди которых необходимо выделить [1–2; 5–9]:

1. Сбор информации о карьерных возможностях – оценка желаний и возможностей достижения желаемых статусных перемещений внутри организации или связанных с переходом в другую фирму или со сменой сферы деятельности. Проведение собственного SWOT-анализа, выявление своего нынешнего уровня навыков и компетентности.
2. Выбор цели: необходимо иметь четкое представление, что именно планируется получить от карьеры. Это может быть признание, высокие должности, престиж организации или же просто большой заработок. Самоопределение цели карьеры может явиться барьером к достижению карьерного становления. Умение четко и конкретно поставить цель, выстроить последующие задачи, определить пути и средства достижения главной цели являются обязательными условиями успешности самоопределения цели карьеры [2; 7].
3. Разработка стратегического плана развития своей карьеры, т.е. необходимо составить конкретный список шагов которые приведут индивида к цели. Карьерный план должен обязательно учитывать ограничения во времени, в средствах, а также личные сильные и слабые стороны, применительно к нескольким возможным областям и профессиям. Наличие хорошего карьерного плана резко поднимет шансы достичь намеченной цели, позволит сделать это наиболее эффективным способом, без потери денег, времени и лишних стрессов. В плане содержатся стратегия, конкретные шаги, сроки, необходимые ресурсы и критерии измерения прогресса [2; 7–8].
4. Повышение самоорганизации и дисциплины, правильная расстановка приоритетов и эффективно использование своего времени.
5. Развитие коммуникативных навыков: способы управления собеседником, правила публичного выступления, особенности делового общения, подготовка и проведения переговоров и многое другое помогут работнику стать более компетентным и профессиональным в любой области.
6. Приобретение связей: связи в современном мире имеют огромное значение, очень многие организации принимают на работу людей по совету тех, кто там уже работает.

7. Самообучение и саморазвитие: при саморазвитии, кроме традиционных методов самообучения, можно использовать современную технологию карьерного коучинга.

Некоторые исследователи дают ряд общих рекомендаций по увеличению эффективности карьерного самоменеджмента, которые могут быть с успехом применимы в сфере образования [3; 4; 6; 9].

1. Следует регулярно выделять достаточное время на обдумывание своих планов. Планирование целей крайне необходимо по причине высокой интенсивности производственных процессов. В последнее время при постановке целей и планирования большой популярностью среди преуспевающих предпринимателей и менеджеров пользуются метод SMART и тайм-планирования по методу Эйзенхауэра.
2. Целесообразно выбирать работу, которая позволит продемонстрировать работодателю свою исключительность в умении брать на себя ответственность и незаменимость в решении важных для конкретной организации и конкретного руководителя вопросов – от этого в большой мере будет зависеть продвижение работника по карьерной лестнице и, соответственно, увеличение его заработка.
3. Достоинство одобрения налаживание контактов с полезными для построения карьеры людьми. Знакомства и встречи с «нужными» людьми могут быть весьма полезны. Такое общение расширяет кругозор. Можно узнать ответы на многие вопросы, познакомиться с разными взглядами на одну и ту же проблему или ситуацию, почерпнуть свежие идеи.
4. Следует стараться четко придерживаться планов и стратегии организации, согласовывать с руководителем свои действия, достигая, таким образом, более высокого уровня сотрудничества с руководством и коллегами по работе.
5. Всегда следует сдерживать проявления негативных эмоций. Дружелюбная атмосфера в коллективе – один из важнейших факторов, непосредственно влияющих на работу в целом. Самостоятельно создавать свои карьерные возможности.
6. Одним из успешных методов развития своей карьеры является участие в решении важной задачи или проблемы, существующей в организации. Порядок действий: выбор проблемных ситуаций; оценка конкретного личного вклада в достижение результата; обсуждение своих идей с руководителем или сотрудник службы персонала; выполнение задания.
7. Проявлять готовность бескорыстно помогать другим – еще один эффективный путь развития своей карьеры. Помощь коллегам помогает обеспечить репутацию надежного, отзывчивого, профессионального сотрудника, готового прийти на помощь в нужную минуту, а также возможность получения нового опыта и знания в

смежных направлениях работы, что повышает универсальность и компетентность работника.

8. Получать поддержку на работе, использовать помощь людей, которые проявляют интерес к работнику и его карьере. Это люди, которые вкладывают в него свое время для объяснения необходимости движения по карьерной лестнице и призывают искать возможности получить работу мечты. Они помогут достичь следующего уровня, предоставляя ресурсы, идеи и знания.
9. Знать о своих достоинствах и быть в них уверенным. Чем лучше работник знает самого себя, свои способности и компетенции, тем больше пользы он принесет организации.

Успех в построении карьеры зависит прежде всего от собственных целенаправленных усилий индивида. Каждый работник способен создать возможности для проявления своих лучших профессиональных и деловых качеств, предложить организации эффективные и своевременные решения насущных проблем и задач. Умение видеть и донести до других выгоды своих предложений, готовность оказать помощь и поддержку коллегам значительно повышает вероятность заслуженного повышения [6, с. 80].

Таким образом, стремление человека управлять своей карьерой объясняется тем огромным значением, которое имеет карьера для его жизнедеятельности. Карьера выступает в роли своеобразного контекста трудовой жизни человека, структурируя его трудовой опыт последовательностью определенных ступеней, благодаря чему профессиональная жизнь видится не сплошной бессвязной массой действий и событий, а приобретает вид развития, упорядоченного этими ступенями. Карьера выстраивает путь человеческого развития, внося определенность в трудовую жизнь, ориентируя человека во времени и пространстве.

Список литературы

1. *Алексеенко О.* Карьерный коучинг [Электронный ресурс]. URL:<http://www.coachuga.ru/coachings/karernyj-kouching/>
2. *Зайцев Г.Г.* Управление деловой карьерой: Учеб. пособие / Г.Г. Зайцев, Г.В. Черкасская. М.: Изд. центр «Академия», 2007. 256 с.
3. *Исаченко И.И.* Основы самоменеджмента: Учебник. М.: ИНФРА-М., 2012. 312 с.
4. *Курбатов В.Н.* Стратегия делового успеха. Ростов-на-Дону: Феникс, 1995. 416 с.
5. Карьерный коучинг // Официальный HR-портал [Электронный ресурс]. URL: <http://hr-portal.ru/blog/karernyy-kouching>
6. *Лукашевич Н.П.* Самоменеджмент: как достигнуть успеха в деловой карьере. Кн. 2: Практикум дел. карьеры. Харків: Око, 1998. 327 с.
7. *Могилёвкин В.А.* Технология управления карьерой: методические рекомендации. Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, 2012. 56 с. [Электронный ресурс]. URL: http://znanie.info/_portal/ec/2-common-tehnologii_upravlenia_karieroi.pdf
8. *Тигер П.* Делай то, для чего ты рожден: Путь к успешной карьере через самопознание / Пер. с англ. / П. Тайгер, Б. Бэррон-Тайгер [Электронный ресурс]. URL: http://naturalworld.ru/kniga_delay-to-dlya-chego-ti-rojden.htm
9. *Якокка Л.* Карьера менеджера. М., 2012. 57 с. // [Электронный ресурс]. http://fileskachat.com/file/6638_92ecccc7fd91fd94da2cffab837acf95.html

Раздел VIII Логистический менеджмент в тренде цифровизации

УДК 339:658.7(075.8)

Альбеков Адам Умарович
Кушнарёв Виталий Васильевич
Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ)

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛОГИСТИКИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК

Аннотация. Рассмотрен логистический подход к оценке эффективности государственных закупок. Отмечено, что традиционная оценка эффективности бюджетных средств, является не достаточной для определения эффективности государственных закупок. Обоснована необходимость применения интегрированного индекса эффективности государственных закупок.

Ключевые слова: логистика государственных закупок, критерии эффективности, конкурентность, экономичность, логистический инструментарий.

Albekov Adam, U.
Kuschnarev Vitaly, V.
Rostov-Don State University of Economy

EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE PUBLIC PROCUREMENT LOGISTICS

Abstract. Approach to the assessment of the efficiency of public procurement. Noted that the traditional evaluation of the effectiveness of the budget is not sufficient to evaluate the efficiency of public procurement. The necessity of application of integrated efficiency index for public procurement.

Keywords: public procurement, logistics criteria of efficiency, competitiveness, economy, logistics toolkit.

Становление цифровой экономики в России предоставляет широкие возможности для развития системы государственного управления. Возникают новые высокотехнологичные платформы, содействующие минимизации человеческого фактора и сопутствующей ему коррупции, а также ошибок при принятии управленческих решений. В результате реализации данных тенденций возникает необходимость совершенствования традиционных методов оценки эффективного использования бюджетных средств, и прежде всего, в сфере госу-

дарственных закупок. Логистические системы в закупочной деятельности государства создают условия для оптимизации экономических потоков.

Исходя из предметной области теории эффективности – разработки методов измерения затрат и результатов функционирования субъектов хозяйствования, обоснуем критерий эффективности логистической системы государственных закупок. В первую очередь необходимо определить какие виды затрат закупочной деятельности и какие элементы, порождённого ими эффекта будут сопоставляться в рамках логистической системы. При решении этого вопроса возникает ряд методических трудностей, обусловленных необходимостью учёта норм и регламентов, находящихся в диапазоне законодательной базы [1]. Можно говорить, например, о бюджетной, социальной, экологической эффективности государственных закупок. Кроме того целесообразно учитывать и временные лаги эффективности, позволяющие минимизировать временной разрыв параметров оценки. То есть, традиционная оценка эффективности использования бюджетных средств, с точки зрения их экономии, является недостаточной для определения эффективности.

В рамках логистической модели государственных закупок рассмотрим возможность применения совокупного или интегрированного индекса эффективности государственных закупок (ИИЭ).

Определим этот индекс как сумму произведений значений следующих критериев эффективности логистической системы государственных закупок:

- конкурентность – К (вес 0,5);
- экономность – Э (вес 0,2);
- эффективность планирования – П (вес 0,1);
- конфликтность – Ф (вес 0,1);
- подозрительность – Р (вес 0,1)

Критерии даны с учётом их весовой оценки, которая применена на основе экспертных заключений [2].

Критерий конкурентности государственных закупок – индикатор эффективности расходования бюджетных средств. На данный критерий оказывает влияние доля закупок, совершённых конкурентными способами, а также число поставщиков, участвовавших в закупках. Источник информации для его определения – официальный сайт единой информационной системы государственных закупок.

Критерий экономности государственных закупок характеризует размер экономии, полученной от закупок, совершённых конкурентными способами. Источник информации – Единая информационная система государственных закупок – официальный сайт.

Критерий эффективности планирования государственных закупок – характеризует объём государственных закупок, заключённых в исследуемом периоде, в том числе количество изменений в планах закупок; число контрактов «заключённых с падением в 25% и более от начальной максимальной цены контракта. В данном случае это может свидетельствовать о недостатках в планировании и завышении первоначальной цены закупки» [2]. Источник инфор-

мации – сопоставление плановых и фактических данных о размещении госзаказов и заключённых контрактов в течение исследуемого периода (Единая информационная система государственных закупок – официальный сайт).

Критерий конфликтности государственных закупок связан с нарушением процедурных регламентов, порождающих жалобы участников. Источник информации – статистика жалоб, которые были рассмотрены и признаны обоснованными Федеральной антимонопольной службой России (ФАС) (база данных ФАС и Единая информационная система государственных закупок – официальный сайт).

Критерий подозрительности характеризует объём государственных закупок, в которых могут быть выявлены различные нарушения или существенные отклонения. Источник информации – данные о стоимости контракта в расчёте на один день его исполнения и доля контрактов, заключённых с участниками, предложившими наименьшую или максимальную цену в зависимости от способа размещения заказа – (база данных ФАС и Единая информационная система государственных закупок – официальный сайт).

Исходя из вышеприведённых критериев, значение интегрированного индекса эффективности определим по следующей формуле:

$$\text{ИИЭ} = 0,5 \square К + 0,2 \square Э + 0,1 \square П + 0,1 \square Ф + 0,1 \square Р.$$

Взвешенные оценки по пяти критериям в сумме дают единицу.

Проведённый анализ показал, что Ростовская область в общем рейтинге конкурентоспособности регионов России за первое полугодие 2016 года занимает 31 место; по экономичности государственных закупок – 63 место; по критерию эффективности планирования – 38 место; по конфликтности государственных закупок – 71 место; по подозрительности государственных закупок – 17 место [2].

Оценку результативности государственных закупок можно проводить и по каждой конкретной закупке, сопоставляя параметры «цена – качество». Анализ сложившихся тенденций организации государственных закупок в российских регионах подтверждает необходимость их структурно-функциональной трансформации в рамках логистической системы. Это станет предпосылкой для реализации цифровых преобразований в государственном секторе экономики страны.

Список литературы

1. Федеральный закон Российской Федерации от 5 апреля 2013 г. №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».
2. Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации (<http://ac.gov.ru>); Компания «Закупки360» (<http://zakupki360.ru>). Доклад «Рейтинг эффективности региональных госзакупок – первое полугодие 2016 г.

УДК 658.78

Борисова Вера Викторовна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА ЦИФРОВОЙ ЛОГИСТИКИ

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы институционализации логистики. Роль цифровой институциональной среды в условиях глобальной конкуренции. Развитие цифровой инфраструктуры и обеспечение защиты цифровых процессов в логистических системах нового типа. Цифровая логистика определена как часть логистических функций и операций, в которых прошли цифровые преобразования с использованием информационно-коммуникационных технологий.

Ключевые слова: цифровая логистика, институциональная среда, цифровая инфраструктура, сквозные технологии, логистические системы.

Borisova Vera, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

INSTITUTIONAL ENVIRONMENT OF DIGITAL LOGISTICS

Abstract. This article examines matters relating to the institutionalization of logistics. The role of digital institutional wednesday in the face of global competition. Development of digital infrastructure and protection of digital processes in the logistics systems of new type. Digital logistics is defined as part of logistics functions and operations which have gone digital conversions using information and communication technologies.

Keywords: digital logistics, institutional wednesday, digital infrastructure, cross-cutting technologies, logistic systems.

В России дан старт созданию экономики нового типа, в которой процессы производства, распределения, обмена и потребления проходят цифровые преобразования с использованием информационно-коммуникационных технологий.

На Петербургском международном экономическом форуме в 2017 году В.В. Путин поставил задачу создания принципиально новой, гибкой нормативной базы для развития цифровой экономики в России. «Если не успеть в этой глобальной цифровой гонке, то можно нанести ущерб не только конкурентоспособности страны, но и её национальной безопасности; чтобы наращивать кадровые, интеллектуальные, технологические преимущества в сфере цифровой экономики, мы намерены действовать по направлениям, имеющим системное значение» [1].

Логистика как направление, имеющее системное значение, претерпевает цифровые преобразования институционального переустройства логистических систем. Определяющим фактором институциональных преобразований в логистической деятельности являются изменения в хозяйственной жизни страны.

Эволюция хозяйственных отношений между субъектами-участниками логистических систем обуславливает необходимость оценки степени зрелости институциональной среды, в которой они существуют.

Институциональная среда логистической деятельности в своём развитии прошла ряд этапов, связанных с правовым и организационным закреплением определённых экономических и общественных отношений, приводящих к учреждению новых институтов. Становление цифровой логистики предопределяет необходимость создания адекватной институциональной среды.

Институционализация логистики – процесс трансформации логистических структур из обычных организационных форм в полноценный социально-экономический институт. Его последствия отслеживаются в двух взаимосвязанных явлениях:

- первое – в усложнении организационных форм экономического потока; появляются сверхсложные логистические образования (паутинообразные, кластерные);
- второе – в законодательной институционализации, в результате которой правовое положение логистических организационных форм получает юридическое основание [2, с. 137–163].

В России уже сформировалась собственная онлайн-экономика, в которой 2,4% валового внутреннего продукта (ВВП) составляют интернет-рынки; 19% ВВП – отрасли и сферы, зависимые от интернет-рынка; 3,7% ВВП – мобильная экономика.

Источники долгосрочного роста ВВП страны к 2025 году связывают с цифровой оптимизацией производственных и логистических операций (1,4–4,0%), повышением производительности труда за счёт цифровизации (2,1–2,9), быстрым прототипированием и контролем качества продуктов, включая анализ больших массивов данных при проведении НИОКР (0,5–1,4), снижение расхода ресурсов и производственных потерь (<0,1).

Потенциальный эффект от формирования точек роста цифровизации российской экономики к 2025 оценивается в 4,1–8,9 трлн руб., что составит 19–34% общего увеличения ВВП. Эксперты считают, что утроение цифровой экономики России к 2025 году позволит стране интегрироваться в мировое цифровое пространство и повысить качество жизни граждан [3].

Цифровая логистика – часть логистических функций и операций, в которых прошли цифровые преобразования с использованием информационно-коммуникационных технологий. Цифровые технологии становятся неотъемлемым атрибутом ежедневной деятельности всех компаний, кто так или иначе причастен к сфере логистики. Разрушаются границы между предприятиями и целыми отраслями, происходит «объединение необъединяемого», интеграция предприятий и цифровых платформ, физического и виртуального миров.

Развитие цифровой инфраструктуры и обеспечение защищённости цифровых процессов – одно из направлений сотрудничества участников логистической системы по обеспечению устойчивости, непрерывности и надёжности инфраструктур для проработки инициатив и реализации цифровых проектов, включая рамочные проекты развития цифровой инфраструктуры в целом.

Потребуется реализовать целостный комплекс проектов для развития сервисов и формирования новых цепочек добавленной стоимости, создания «бесшовной» цифровой инфраструктуры, перехода к сетям последнего поколения и развития пространства доверия, а также цифровой трансформации складской, транспортной, энергетической и других отраслевых инфраструктур.

Цифровая институциональная среда объединяет программные продукты; сквозные технологии; цифровые платформы, экспертные площадки, цифровую инфраструктуру, регуляторы цифровых преобразований и др.

Согласно экспертным оценкам, российский рынок виртуальной и дополненной реальности в 2017 году превысил 6 млрд долл., а к 2020 году вырастет до 162 млрд долл. Подключение к 2020 году к сети Интернет порядка 50 миллиардов устройств позволит объединить устройства в одном информационном пространстве. С помощью «умных» систем уже сегодня сформировано огромное хранилище информации и открыта масса возможностей для управления логистическими процессами.

Самым заметным трендом цифровой трансформации логистической деятельности стали облачные технологии. С их помощью пересматриваются параметры оценочных показателей эффективности ключевых и поддерживающих логистических функций. Применение сложной аналитики облачной среды и возможностей обмена информацией с помощью виртуальных помощников, позволяют в режиме реального времени контролировать перевозки грузов, осуществлять дистанционное управление и контроль над операциями и персоналом. Текущие бизнес-модели построения логистических систем претерпевают существенные трансформации. Так, в транспортной логистике уже сегодня традиционные перевозки интегрируются с бизнес-партнёрами в платформенные модели (platform-based model). Подобная интеграция партнёров в логистической системе позволяет оптимизировать затраты и процессы, а также даёт преимущество над конкурентами. Например, информационно-технологические решения ROAD и LOGIST Pro от S2B Group разработаны специально для управления транспортно-логистическими операциями и объединяют на своих платформах разные целевые группы посредством сети Интернет.

Платформа для автотранспортной логистики ROAD объединила в режиме реального времени грузоотправителей, грузополучателей, логистических операторов, транспортные компании и водителей. Каждый из участников платформенной модели бизнеса получает свои выгоды в ежедневной практике. Решение ROAD позволяет проводить электронные тендеры на закупку транспортных услуг и предоставляет всем участникам цепи поставки обновляемую в режиме реального времени базу данных о грузовых перевозках с указанием их рейтинга. Как результат, грузовладельцу не надо тратить время на «обзвоны» в поисках транспорта. Система даёт возможность получить машину с проверенными водителями от надежных перевозчиков, а транспортной компании при этом гарантированы постоянные заказы на перевозку грузов. Дополнительно, система обеспечивает контроль транспортной логистики с помощью функции онлайн-трекинга грузов и непосредственного чата с водителями и перевозчиками, что позволяет снизить административную нагрузку на персонал за счёт ав-

томатизации рутинных логистических операций по обмену информацией, распределению рейсов и др.

Участникам таких систем важно своевременно определить критические цифровые инфраструктуры (совместно используемые и обеспечивающие интеграционные процессы), выработать общий порядок обеспечения защищённости цифровых процессов и инфраструктур, включая при необходимости разработку и внедрение международной защиты протоколов и процедур, разработанных с учётом задач всех участников системы поставок.

Создание новых цифровых платформ взаимодействия партнёров ставит вопросы об участии ключевых институтов в развитии такой коммуникационной среды и формировании корпоративной культуры в цифровой логистике. Для выстраивания корпоративной культуры логистические компании используют все доступные инструменты: эффективные коммуникации, в том числе социальные сети, мессенджеры и другие современные каналы связи, а также методы геймификации – различные интеллектуальные игры, тренинги и др.

В концептуальном плане должна быть определена совокупность направлений обеспечивающих устойчивость функционирования цифрового логистического пространства по отношению к воздействию внешних угроз и внутренних неблагоприятных факторов.

Список литературы

1. Пленарное заседание Петербургского международного экономического форума. Официальный сайт Президента России. <http://www.kremlin.ru/events/president/news/54667> (дата обращения: 10.10.2017).
2. *Афанасенко И.Д., Борисова В.В.* Логистика в системе совокупного знания. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013. С. 137–163.
3. *Никишова М.* Опубликован отчёт McKinsey «Цифровая Россия: новая реальность» // Corpshark.ru: <https://corpshark.ru/p/opublikovan-otchet-mckinsey-tsifrovaya-rossiya-novaya-realnost/> (дата обращения: 10.10.2017).

УДК 338

Букринская Эльвира Мансуровна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

Аннотация. Сфера ЖКХ является самой непрозрачной в системе городского хозяйства. Пересечение интересов большого числа участников, включая интересы государственных органов, населения, бизнеса, требует ускорения учета и обмена данными, быстрого проведения финансовых потоков, гибкого реагирования на изменение внешних и внутренних факторов. Управление городским хозяйством на принципах логистики уже доказало свою

эффективность в современных условиях. Теперь необходим следующий этап развития – цифровизация всех процессов.

Ключевые слова: ЖКХ, логистика города, цифровые технологии.

Bukrinskaya Elvira, M.

Saint-Petersburg State University of Economics

DIGITALIZATION PROBLEMS OF LOGISTICS MANAGEMENT IN PUBLIC UTILITY

Abstract. The public utility sector is the most opaque in the urban economy. The intersection of interests of a large number of participants, including the interests of government agencies, the population, business, requires accelerated accounting and data exchange, rapid financial flows, flexible response to changes in external and internal factors. City-logistics has already proved its effectiveness in modern conditions. Now we need the next stage of development – digitalization of all processes.

Keywords: public utility, city-logistics, digital technology.

Города являются столпами экономики любой страны. Именно на их площадках формируются современные тенденции, оцениваются эффективности инвестиций, внедряются новые технологии.

Причина подобного пристального внимания к ним проста: к 2050 году 75% населения будет проживать в городах. Города также являются основным двигателем экономического роста, поскольку сегодня около 85% мирового ВВП создается городами. Такой быстрый рост оказывает колоссальное давление на городские ресурсы, их пропускную способность и качество жизни.

Основные тренды в строительстве новых и развитии существующих городов необходимо соизмерять с концепцией циклической экономики. Циклическая экономика может генерировать новый бизнес и повышать благосостояние населения городов, а в дальнейшем и близлежащих территорий. Большое разнообразие решений в городских планировках, организации обеспечения городского хозяйства, оптимизации потоков внутри городской экономической системы предлагает логистика города, концептуальные подходы которой созвучны постулатам циклической экономики. В частности, решения, касающиеся управления отходами в городах (твердыми коммунальными, строительными) [1], энергоэффективности зданий и сооружений, оптимальных планировочных решений, ресурсосбережения и т.д.

В июне 2017 года в Хельсинки прошел Международный форум по вопросам циклической экономики [2]. Среди прочих вопросов обсуждался и опыт ряда городов в переходе на новую систему ценностей. Выступали представители Хельсинки, Копенгагена, Амстердама, Ванкувера, Нью-Йорка и др. Общей целью для них является сокращение отходов, контроль за изменением климата и более эффективное использование ресурсов. Следствием данных инноваций выступает улучшение качества жизни жителей и создание новых возможностей для бизнеса.

В российской действительности можно говорить исключительно о точечных решениях, отвечающих тренду цикличности экономики. В российских городах проблемы, выделяемые как ключевые для инновационных подходов,

входят в сферу раздела городской экономической системы – жилищно-коммунального хозяйства.

Тема ЖКХ является одной из самых обсуждаемых в российском обществе. Различные опросы и рейтинги на их основе, проводимые различными заинтересованными коммерческими и некоммерческими организациями говорят об абсолютной неудовлетворенности жителей предоставляемыми услугами (например, рейтинг НП «ЖКХ Контроль»). По данным исследования PWC «Будущее близко: индекс готовности городов» 2017 г., Москва занимает шестое место из десяти по развитию ЖКХ и внедрению «умных» систем и решений в эту сферу, российская столица опережает такие мегаполисы как Гонконг, Сидней, Шанхай и Токио [3]. Москва также заняла лидирующие позиции по таким показателям, как сервис для горожан, инфраструктурная готовность, открытое адаптивное образование и цифровая экономика. Даже несмотря на некоторую погрешность в выборке ситуация радует, однако Москва – это еще не вся Россия.

Разумеется, что невозможно сколько-нибудь значительное изменение ситуации, если не будет осуществлен переход к цифровой экономике.

Эволюция информационной и технологической инфраструктуры, накопление больших баз данных и новые способы их обработки вызвали масштабную цифровую трансформацию нашего общества. И если по аналогии с эволюцией логистики (на первом этапе шло решение важных, но частных задач) первый этап цифровизации характеризовался массовым внедрением доступа в интернет, то новый этап отличает интеграция широкого спектра цифровых сервисов, продуктов и систем в киберфизическую систему (понимаемую как единый комплекс вычислительных ресурсов и физических процессов).

Одновременно с интеграцией информационных и физических процессов, происходит взаимное проникновение и взаимное дополнение процессов, происходящих в онлайн- и офлайн-сферах. И в данном аспекте находят подтверждение перспективы цифровой экономики. Надо отметить, что реализация перспектив возможна лишь при наличии основных условий:

- повсеместный доступ во всемирную паутину,
- применение сенсорных технологий,
- накопление больших баз данных.

На данный момент времени мировой паутиной «пользуются» не только люди, но и около 10 млрд машин и механизмов – устройств, датчиков и приборов, а к 2020 году прогнозируется двукратное увеличение этого числа. 99% мировых данных уже оцифровано и более 50% имеет IP-адрес. В дальнейшем объем данных будет удваиваться каждые два года (прогноз BCG).

Современные тренды меняют устройство глобальной экономической системы кардинально: появляются новые возможности потребителей, меняется структура отраслей и их доли в национальных экономиках, значительно трансформируется роль городов [4].

Цифровизация в сфере коммунального обслуживания в российской действительности является на первый взгляд совершенно недостижимой задачей. Эти процессы проходят очень сложно и медленно.

Исторически сфера коммунального обслуживания являлась площадкой пересечения интересов огромного количества заинтересованных участников. После того, как количество ресурсов стало увеличиваться (газ, электричество, отопление и т.д.) сложность учета расходов и соответственно расчета оплаты за потребленные ресурсы достигла максимума. Доля предприятий ЖКХ, которые оцифровывают свои бизнес-процессы, чрезвычайно мала в масштабах всей отрасли. Даже в наиболее благополучной подотрасли электроснабжения (на фоне других подотраслей ЖКХ) проникновение автоматизированного учета не превышает 9% (оценка ПАО «Россети»). Согласно данным Росстата, лишь 65% ресурсоснабжающих организаций использовали в 2016 году базовые информационные технологии, в том числе локальные сети, системы электронного документооборота и другие подобные решения — не более 5%.

Каковы же основные причины столь медленного вовлечения сферы в цифровую экономику? Главная причина — конечно, отсутствие свободных финансов у ресурсоснабжающих организаций, а вторая — это наследие прошлой экономической системы — наличие нормативов. Совсем избавиться от такого инструмента сразу не получится, но его роль в будущем должна остаться только штрафной. Для управляющих компаний, как для посредников на рынке коммунальных услуг, с одной стороны автоматизация расчетов и как следствие — прозрачность платежей могли бы стать хорошим инструментом повышения своей коммерческой привлекательности для потребителей. С другой стороны, такая перспектива вообще может казаться ужасной, поскольку в этом случае перечень услуг, оказываемых ими, сокращается в разы. Речь идет о внедрении взорвавшей финансовый рынок технологии блок-чейн, которая позволяет обходиться без участия посредника при передаче данных об использованных ресурсах и их оплате. Причем в качестве посредника могут рассматриваться сами потребители ресурса, данные будут передаваться напрямую с прибора учета расхода ресурса в базу данных его поставщика. Это позволит в значительной мере сократить информационные и финансовые потоки. Хотя это скорее перспектива для отечественного ЖКХ.

Переход к автоматизации бизнес-процессов ЖКХ, к технологиям Интернета вещей позволит сформировать единое информационное пространство отрасли, создать ИТ-системы информирования клиентов и обработки их данных, внедрить мобильные и облачные решения, включая средства аналитики Больших Данных.

Однако стимулов для этого очень мало. Федеральный закон от 21.07.2014 №209-ФЗ «О государственной информационной системе жилищно-коммунального хозяйства» (далее — Закон о ГИС ЖКХ), обязывающий регистрироваться и передавать информацию в информационную систему, а значит и потенциально стимулирующий автоматизацию бизнес-процессов, пока эту ситуацию переломить не может. Архизадачей создания ГИС было обеспечить абсолютную прозрачность начисления платежей за ресурсы. При разработке системы использовались «облачные» технологии, принципы организации по которым зарекомендовали себя в многих направлениях информатизации. В базе данных ГИС «ЖКХ» находится более 65 млн квартир, почти 4 млн многоквартирных домов, миллионы объектов инженерной инфраструктуры — и это еще далеко не полный перечень

всего российского коммунального хозяйства. Одним из самых значимых моментов в законе, на наш взгляд, является введение ответственности за неподачу данных в систему. По факту закон разрешает не платить за ресурсы, если данные о них не были размещены в ГИС в установленные сроки. И хотя сроки ответственности за неразмещение информации в ГИС ЖКХ были перенесены с июля 2016 года (время вступления работы ГИС ЖКХ в стадию промышленной эксплуатации) на 1 января 2018 года (в Москве, Санкт-Петербурге и Севастополе сроки наступают еще позднее – 1 июля 2019 г.), это позволяет включить тот самый пресловутый механизм экономической ответственности, которого так не хватало в коммунальной сфере. Стоит отметить, что те участники системы, которые начали работать в ней, все равно сетуют на ее несовершенство и непрозрачность. Отдельным достоинством системы стоит отметить возможность ее интеграции с существующими информационными системами крупных ресурсоснабжающих организаций, а также с другими системами, разработанными государственными органами (например, ЕГИС УОИТ) (подробнее см. [5]).

Общие тенденции цифровизации мировой экономики не могут не затронуть всех сфер деятельности. В этих условиях значительно возрастает роль сетевой инфраструктуры. Передовые технологии в области интернета вещей, больших данных, мобильности, облачных технологий создают благоприятные условия для развития всеобъемлющей цифровой среды. Например, анализ продвигаемых типовых решений автоматизированных систем коммерческого учета электроэнергии (АСКУЭ) на российском рынке показал, что уже порядка 10% предложений – это также облачные сервисы («Народное АСКУЭ», РАН Монитор, СНТ.Портал (ТПИ Инжиниринг), Элдис, ЯЭнергетик.РФ, TIME2SAVEи др.). Единственным препятствием для использования таких решений является разовый платеж за замену и монтаж прибора учета. По состоянию на март 2017 года размер такого платежа составляет до 10 тыс. рублей (в зависимости от модели выбранного счетчика).

Как уже упоминалось выше, «оцифровать» коммунальную инфраструктуру – это наисложнейшая задача, которая требует миллиардных вложений. Камнем преткновения для эффективного использования всех достижений информационных технологий становится отсутствие прозрачного объективного учета потребления коммунальных ресурсов. По подсчетам Минэнерго, установка интеллектуальных приборов учета электроэнергии по всей РФ обойдется примерно в 400 млрд руб. Попытки переложить на граждан затраты по замене приборов учета на цифровые затянёт процесс цифровизации на многие годы.

Многие хозяйствующие субъекты ЖКХ не заинтересованы во внедрении достоверного, полного и оперативного учета потребления коммунальных ресурсов. А если еще населению придется за это платить, то эта задача будет практически нереализуема, или реализуема лишь частично. Население не захочет за это платить, а государство не сможет. Спасти ситуацию могут частные инвестиции и новые механизмы частного финансирования модернизации коммунальной инфраструктуры. Хотя, по недавним высказываниям чиновников ЖКХ, например, сфера обращения с отходами после внедрения института региональных операторов не нуждается в концессионных соглашениях и способна самостоятельно себя содержать, развивать и инвестировать.

Таким образом, можно сделать вывод, что узкое место повсеместной цифровизации ЖКХ является одновременно нижним уровнем инфраструктуры – уровнем домохозяйств. Если не будут найдены приемлемые механизмы финансирования замены приборов учета потребления коммунальных ресурсов, цифровизация ЖКХ обречена на провал.

Список литературы

1. Букринская Э.М., Дюкова О.М. Инновации в информационном обеспечении оборота строительных отходов // Инновационная деятельность. 2017. №1(40). С. 5–12.
2. WCEF Bulletin [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://enb.iisd.org/wcef/2017/html/enbplus208num20e.html>
3. «Будущее близко: индекс готовности городов» 2017 г. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.pwc.ru/ru/press-releases/2017/cities-readiness-rating.html>
4. Букринская Э.М. Логистика города: Учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. 83 с.
5. Букринская Э.М. Реверсивная логистика: Учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. 79 с.

УДК 332.135

Гвилия Наталья Алексеевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

КОНЦЕПЦИЯ ГЕЙМИФИКАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ КОРПОРАТИВНЫМИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

Аннотация. В статье рассмотрена концепция геймификации, сравнительно новая управленческая практика в современной экономике. Определены направления использования концепции геймификации в различных сферах. Особое внимание уделено применению концепции геймификации в корпоративных цепях поставок, где предлагается выделять внутреннюю и внешнюю геймификацию. Охарактеризованы основные элементы концепции геймификации в корпоративных цепях поставок. Предлагается учитывать и возможные негативные последствия при внедрении данной концепции.

Ключевые слова: концепция геймификации, цепи поставок, корпорации, управление цепями поставок.

Gvilia Natalia, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE CONCEPT OF GAMIFICATION IN THE MANAGEMENT OF CORPORATE SUPPLY CHAINS

Abstract. The article considers the concept of gamification, a relatively new management practice in the modern economy. The directions of using the concept of gamification in various spheres are determined. Particular attention is paid to the application of the concept of gamification in corporate supply chains, where it is proposed to allocate internal and external gamification. The

main elements of the concept of gamification in corporate supply chains are characterized. It is also proposed to take into account possible negative consequences when implementing this concept.

Keywords: concept of gamification, supply chains, corporations, supply chain management.

В современной экономике организации ищут новые инструменты решения управленческих задач. Сравнительно новой управленческой практикой является концепция геймификации (англ. gamification) – применение игровых элементов в различных неигровых контекстах. Идеологи геймификации Г. Зикерманн и Д. Линдер считают, что классические способы вовлечения в какой-либо процесс в современном мире больше не работают, если учесть огромное количество отвлекающих факторов, которое стремительно увеличивается, и тот факт, что реальная жизнь всё больше и больше становится похожей на игру [4, с. 23].

По сути, этот механизм направлен на повышение производительности труда внедрением «креативного» и «развлекательного» элемента игры в работу, то есть на потенциальную возможность самореализации сотрудников при достижении успехов в игре, и как результат – повышение эффективности работы организации в целом.

Таким образом, элементы геймификации можно применить для решения существующих задач в любой сфере, в том числе не только в сфере экономики.

На наш взгляд, можно выделить следующие направления использования геймификации:

1. В образовательном процессе.

Элементы геймификации можно применять на любом уровне образования: от школы до аспирантуры. Смысл в том, чтобы вовлечь студента в процесс с помощью небольших психологических уловок, которые помогают вызвать в человеке те же эмоции, которые вызывает игра. Элементами геймификации могут быть:

- соревновательный момент у каждого обучающегося или, наоборот, необходимость объединения в команду;
- дробление информации на уровни;
- синтез новых навыков: задания, для выполнения которых нужно использовать сразу несколько более простых умений;
- визуальное отображение прогресса – медали, баллы, графики и т.д.

Все эти элементы делают процесс обучения более интересным и захватывающим, не дают студенту устать и потерять интерес, мотивируют не бросать учебу. И вовсе не обязательно при этом называть лекцию или практическое занятие игрой. Так или иначе, но элементы геймификации уже есть в любом вузе. Например, балльно-рейтинговая система оценки знаний как раз визуализирует успехи студентов в виде баллов, а затем рейтингует – соревновательный момент.

2. В рекрутинге.

Игровые инструменты, применяемые во многих компаниях, позволяют сокращать затраты при наборе сотрудников, а также обеспечивать лучшее соответствие нанимаемого персонала корпоративному духу компании. Например, такие компании, как ИКЕА, Леруа Мерлен, Volvo Group Россия используют

элементы геймификации также и для формирования кадрового резерва за счет внутрикорпоративных конкурсов.

3. Как инструмент мотивации персонала.

Сегодня организации самых разных сфер деятельности развивают конкуренцию между сотрудниками, повышая экономические результаты и вовлеченность персонала с помощью внедрения элементов геймификации [5, с. 1926]. По сути, введенные в СПбГЭУ эффективный контракт и фонды стимулирующих надбавок в структурных подразделениях факультетов являются ничем иным, как элементами геймификации, и в итоге – инструментом мотивации сотрудников.

4. В командообразовании и развитии корпоративной культуры.

Целью геймификации в этом случае является сплочение коллектива, распространение корпоративных ценностей, повышение имиджа и репутации компании.

5. В повышении эффективности бизнеса

Учитывая тот факт, что в современной экономике конкурируют не компании, а цепи поставок, более подробно остановимся на использовании концепции геймификации в цепях поставок крупного бизнеса.

Следует выделять два вида геймификации в цепях поставок: внутреннюю и внешнюю.

Внутренняя геймификация направлена на выполнение внутренних бизнес-процессов бизнес-единицы, с помощью чего можно добиться увеличения в разы эффективности решения бизнес-задач. Например, применяя методы геймификации, организации поощряют сотрудников генерировать идеи, определяют самых перспективных из них, совершенствуют навыки совместной работы сотрудников разных подразделений, создают внутренние рынки идей. Но основной задачей внутренней геймификации в цепях поставок является повышение производительности труда.

Например, в компании Arvato предложили разнообразить рутинные и монотонные логистические операции, которые должны выполняться быстро и с наименьшим количеством ошибок, и улучшить производительность труда благодаря усилению духа соперничества, одновременно увеличив мотивацию сотрудников. «Загеймифицирован» был процесс комплектации заказа (pick&pack) – достаточно монотонный процесс, при этом требующий абсолютной точности и скорости. Система, интегрированная с системой WMS, распределяет сотрудников по командам, дает старт гонке, а затем информирует участников о результатах. Далее учитываются производительность и скорость работы участников команды на каждом этапе. Команда, справившаяся со своей работой в более короткий срок на заданном уровне качества, выигрывает. Проводят несколько таких этапов и по их итогам награждают команду-победителя.

Внешняя геймификация применяется, когда нужно привлечь участников цепи поставок в качестве игроков для достижения определенных целей.

Рассматривая цепи поставок корпорации, можно выделить две их основные формы: внешние цепи поставок и внутрикорпоративные. Внешние цепи поставок – цепи, обеспечивающие движение входных и выходных логистических потоков по отношению к корпоративной структуре в целом. Внутрикорпоративные цепи поставок – цепи поставок, ограниченные логистической системой корпорации.

К задачам организации и управления логистикой цепей корпораций относят следующие [1, с. 52]:

- Формирование собственных каналов товародвижения, интегрирующих логистику снабжения, внутрикорпоративную и сбытовую логистику или их в пределах отдельной функционирующей сферы.
- Обеспечение устойчивости каналов товародвижения.
- Поддержание конкурентоспособности каналов товародвижения в сравнении с альтернативными решениями за рамками действия корпорации.

По типу интеграции цепей поставок следует выделять вертикально-интегрированные, горизонтально-интегрированные и смешанные корпорации.

Вертикально-интегрированные корпорации, объединяют при одном собственнике и под единым контролем важнейшие стадии в производстве конечного продукта, то есть цепи поставок в них интегрированы по принципу обеспечения последовательной технологической цепи.

Горизонтально-интегрированные корпорации представляют собой объединение предприятий одной отрасли, производящих одно и то же изделие или осуществляющих одни и те же стадии производства, с целью повышения контроля над рынком. Горизонтально-интегрированные корпорации образуются скорее вокруг процессов, чем вокруг задач, и имеет немного уровней иерархии. Основные единицы — автономные и самоуправляемые межфункциональные рабочие группы (команды) [2, с. 17], каждая из которых имеет определенную цель, осуществляет четкий контроль достижения этих целей, которые способны охватывать весь спектр требований заказчиков и самостоятельно решать основные проблемы взаимоотношений с ними, что далеко не всегда осуществимо в рамках обычного однородного подразделения компании. В этом и заключается особенность применения геймификации при данном типе интеграции цепей поставок.

Смешанные корпорации предполагают под своим контролем как вертикально-интегрированные, так и горизонтально-интегрированные цепи поставок.

Для корпоративных цепей поставок можно выделить следующие ключевые элементы применения концепции геймификации (табл. 1).

**Ключевые элементы концепции геймификации
в корпоративных цепях поставок**

№ п/п	Элемент геймификации	Характеристика
1	Игровые механики	<p>Игровые механики в корпоративных цепях поставок могут быть направлены на:</p> <ul style="list-style-type: none"> – виртуальные или материальные достижения выражения результата выполнения действия (медаль, уровень, вознаграждение, очки). Участник цепи поставок может расценивать в качестве награды вещь, повышение имиджа, символ членства; – мотивацию участников цепи поставок, которую в значительной степени увеличивает вера в участии создания чего-то великого, впечатляющего, намного более важного, чем они сами. Эта механика также может быть направлена на сплочение коллектива в целом; – рейтинги конкретной бизнес-единицы и групповые. Рейтинги бизнес-единиц публикуются для того, чтобы видеть свой текущий уровень развития, а групповые – чтобы участники цепи поставок могли оценить уровни развития партнеров по цепи поставок. Это также повышает мотивацию и усиливает стремление к улучшению собственных результатов
2	Конкуренция и кооперация	<p>Конкуренция и кооперация наиболее ярко проявляются в цепях поставок при использовании концепции геймификации. Конкурентную борьбу можно измерить следующими показателями: степень конкуренции (слабая, средняя или жёсткая); отношение к системе рейтингования (отрицательное или положительное); портрет победителя (качества, которыми должен обладать победитель игры, по мнению самих победителей и по мнению проигравших); возможные препятствия для победы; конфликтные ситуации, вызванные конкуренцией в цепи поставок [6, с. 88]. Кооперация участников цепи поставок необходима, чтобы достичь главной цели цепи поставок – удовлетворения потребителя</p>
3	Правила игры	<p>Показателями могут быть характер правил (жёстко регламентированные правила, которые нельзя изменять или нарушать, и (или) периодически изменяющиеся правила по ходу игры) и санкции за нарушения правил</p>
4	Система поощрения	<p>Система поощрения также может быть разделена на два показателя: поощрения в игре и реальные поощрения в работе, которые предположительно будут связаны между собой</p>
5	Результат – КРІ (ключевые индикаторы эффективности)	<p>Эффект от внедрения геймификации будет измерен наличием удовлетворённости от игры у работников звеньев цепи поставок, на которых оказано воздействие [3, с. 99], и оценкой эффективности механизма геймификации управляющей (фокусной) компанией</p>

Итак, интерес бизнеса к применению концепции геймификации значительный и обусловлен следующими факторами: с помощью использования стремления современного общества к играм, компании и цепи поставок ищут возможности адаптации потенциала игр к решению бизнес-задач; в условиях цифровизации экономики компании и цепи поставок предлагают добавить в трудовой процесс возможности получения незабываемых впечатлений и уникального опыта; немаловажно учитывать, что в трудовых ресурсах происходит поколенческий сдвиг, который не может не отразиться на управлении современной организацией.

Однако с внедрением концепции геймификации в корпоративные цепи поставок необходимо учитывать возможные негативные последствия:

- дисбаланс между конкуренцией и кооперацией. Некоторые компании внедряют техники геймификации во всех без исключения внутриорганизационных процессах и процессах в цепи поставок. Нередко это приводит к обратной цели – ужесточению конкуренции, увеличению конфликтов, ухудшению социального климата в коллективе, спровоцированного открытой конкурентной борьбой, «несправедливой оценкой достижений», и, соответственно, к снижению показателей работы;
- краткосрочный эффект. Геймификация рабочего процесса гарантирует краткосрочное повышение продуктивности труда, однако добиться долгосрочных положительных эффектов получается не у всех. Внедрение элементов игры в рабочий процесс, основывающееся на пренебрежении долговременного благополучия сотрудников компании, очень ненадежно. Какой бы интересной и захватывающей не была игра, через некоторое время она все равно начинает надоедать. Сотрудники устают от рейтингов, конкурсов и прочих технологий;
- фальсификация результатов и формальное участие. В корпоративных цепях поставок возможно формальное участие в геймификации: мероприятия ради мероприятий, не несущие никакого положительного эффекта, а также фальсификация результатов – подмена данных о выполненной работе для победы в игре.

Тем не менее, внедрение концепции геймификации охватывает все большее количество компаний, а участникам дает возможность выбора своей траектории поведения: добровольно прилагать усилия, потерпеть поражение, экспериментировать и двигаться вперед по собственному желанию.

Список литературы

1. Гвилия Н.А. Логистическая координация в корпорациях и кластерах. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. 103 с.
2. Гвилия Н.А., Михайлова К.О. Организация логистического обслуживания в корпоративных каналах // Инновационная деятельность. 2016. №4(39). С. 15–19.
3. Гвилия Н.А., Ценина Е.В. Формирование системы ключевых показателей эффективности управления логистикой закупок корпорации и ее поставщиками // Проблемы современной экономики. Евразийский междунар. науч.-аналитический журнал. 2017. №1(61). С. 97–100.

4. Зикерманн Г., Линдер Д. Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов. М.: Манн, Иванов и Фарбер, 2014.
5. Маркеева А.В. Геймификация как инструмент управления персоналом современной организации // Российское предпринимательство. 2015. Т. 16. №12. С. 1923–1936.
6. Цыплакова Е.О. Геймификация – мотивационная практика или механизм тотального контроля над трудовым процессом? // Экономическая социология. Т. 17. 2016. №3. С. 82–109. <http://www.ecsoc.msses.ru/>

УДК 656

Гладкий Владимир Романович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

РОЛЬ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Аннотация. В данной статье проведен анализ роли и значения транспортного обслуживания, транспорта как отдельного структурного элемента логистики, рассмотрены особенности транспортного обслуживания в современных логистических системах. Представлено применение логистики в транспорте, включающее рассмотрение логистической цепи и перспективы развития транспортной логистики.

Ключевые слова: транспортное обслуживание, транспортная система, логистика, транспорт, логистическая цепь.

Gladkiy Vladimir, R.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE ROLE OF TRANSPORT SERVICE IN LOGISTIC SYSTEMS

Abstract. This article analyzes the role and importance of transport services, transport as a separate structural element of logistics, and specifies the transport services in modern logistics systems. The application of logistics in transport is presented, including consideration of the logistics chain and the prospects for the development of transport logistics.

Keywords: transport service, transport system, logistics, transport, logistics chain.

Главной характеристикой развития современной мировой экономики выступает процесс ее интернационализации и глобализации, предопределивший важность управления логистикой. С другой стороны, именно совершенствование и развитие логистики создает основу для расширения глобализационных процессов. Для большинства отраслей логистика помогает оптимизировать существующие процессы производства и дистрибуции на основе аналогичных ресурсов с помощью методов управления, направленных на повышение эффективности и конкурентоспособности предприятий. Транспортная система является ключевым элементом логистической цепочки, которая делает возможным взаимодействие различных видов коммерческой деятельности.

По данным Европейской логистической ассоциации (ELA) в основе структуры любого валового продукта расходы на логистические услуги составляют по разным оценкам от 13 до 22%, а в структуре себестоимости производственных предприятий на логистические затраты приходится в зависимости от отрасли 15–35%. Рост данных затрат продолжает увеличиваться вместе с ростом стоимости сырья, комплектующих, усилением конкуренции на рынках поставщиков. Анализ структуры логистических издержек в различных отраслях промышленности экономически развитых стран показывает, что наибольшую долю в ней занимают расходы на управление запасами (20–40%), транспортное обслуживание (15–35%), расходы на административно-управленческие функции (9–14%).

Актуальность темы – роли транспортного обслуживания в логистических системах – заключается в роли связующего звена транспорта между предприятием производителем и потребителем. Кроме того, фактор логистики усиливает внешнеэкономические связи между государствами, способствует международному разделению труда. Сам процесс производства заканчивается именно в тот момент, когда товар доставлен потребителю.

Питер Друкер говорил о дистрибуции как «последнем Темном Континенте» для завоевания бизнесом конкретных преимуществ в важной функции управления, которая имеет множество шагов от интегрированного управления логистикой до управления цепочками поставок.

В современной экономике практически невозможно представить предприятие, которое могло бы обособленно функционировать без помощи транспорта. Транспортное обслуживание является существенной и важной функцией логистики, которая удовлетворяет потребность в товарах с учетом времени и места. В условиях глобализации эффективное управление логистикой и транспортным обслуживанием стали центральным звеном конкурентоспособности практически любой компании, планирующей работать на международном уровне. Транспортное обслуживание должен соответствовать новому правилу логистики – правилу «7R»: нужный товар (Right product) необходимого качества (Right quality) в необходимом количестве (Right quantity) должен быть доставлен в нужное время (Right time) и в нужное место (Right place) нужному потребителю (Right customer) с требуемым уровнем затрат (Right cost). Невыполнение хотя бы одного из семи условий R может привести к потере клиентов и, соответственно, доли рынка.

Развитие транспортной системы для экономики имеет большое значение. Исторически сложилось так, что национальные правительства осуществляли жесткий экономический контроль над транспортными организациями либо посредством прямой совместной собственности, либо с помощью законов, направленных на регулирование деятельности этих предприятий. Такое правительственное участие в транспортном бизнесе постепенно ослабевает, поскольку страны переходят на приватизацию государственных предприятий или снижают ограничения по допуску на рынок частных транспортных предприятий. Для менеджера по логистике конкурентный характер движения товаров сегодня означает большие возможности для получения лучшего обслуживания или снижения затрат на поставщиков транспортного обслуживания.

Менеджерам по логистике для принятия правильных управленческих решений требуется большое количество достоверной информации. Транспортное обслуживание немыслимо без интенсивного применения информационных технологий. Невозможно себе представить создание и организацию работы цепей доставки товаров без оперативного обмена данными между участниками транспортного процесса, без актуализации потребности рынка транспортных услуг. Информационные технологии (ИТ) – главный источник роста производительности и конкурентоспособности, один из ресурсных элементов интегрированной логистики. Основной тенденцией в развитии ИТ является переход к современным цифровым методам передачи, обработки и хранения информации. Эти методы являются технологическими направлениями, обеспечивающими интеграцию информации и услуг. Не последнюю роль в их развитии играют динамика рынка и рыночная конъюнктура.

Внедрение современных ИТ позволяет создать комфортную и доступную для пользователей информационную среду, ведь логистика рассматривает весь процесс движения материалов и продуктов предприятия. Входящая логистика охватывает движение материалов, полученных от поставщиков. Управление материальными потоками описывает перемещение материалов и компонентов. Дистрибуция относится к перемещению товаров от финального производства к клиенту.

Логистика – это процесс перемещения и обработки товаров и материалов, от начала и до конца производства, процесса продажи и уничтожения отходов, для удовлетворения потребностей заказчиков и повышения конкурентоспособности бизнеса. Это процесс прогнозирования нужд и потребностей клиентов; получения капитала, материалов, людей, технологий и информации, необходимой для удовлетворения этих нужд и потребностей; оптимизация точек продажи товаров или услуг для удовлетворения запросов клиентов; и использование сети продаж для своевременного удовлетворения запросов клиентов.

Логистическая система выполняет следующие основные функции: обслуживание клиентов, управление запасами, транспортировка, хранение и обработка материалов, упаковка, обработка информации, прогнозирование спроса, планирование производства, закупки, месторасположение объектов и другие виды деятельности. Для конкретной организации могут включаться такие задачи, как послепродажная и сервисная поддержка, функции обслуживания, операции по обращению с возвратом и утилизации.

Очевидно, что одна организация вряд ли потребует выполнения всех этих конкретных задач. Например, транспортная фирма, такая как авиакомпания, может объединять элементы обработки информации, обслуживания, прогнозирования спроса, обслуживания клиентов и функций покупки в логистическую систему, предназначенную для достижения удовлетворения потребностей своих клиентов. С другой стороны, производитель потребительских товаров может востребовать комплексы логистических функций от элементарных (транспортировки, управления запасами, хранения, обработки материалов и упаковки) до интегрированных (обслуживания клиентов, прогнозирования спроса и предложения для их материально-технического обеспечения).

Дело в том, что каждая организация, будь то производитель или поставщик услуг, коммерческая или некоммерческая, имеет клиентов, которых она хочет завоевать. Интегрируя соответствующие функции в логистическую систему, ориентированную на клиента, предприятие может разработать устойчивое конкурентное преимущество, которое будет очень сложно скопировать конкуренту. Некоторые из этих видов деятельности традиционно имеют четко определенную самостоятельную роль в компании (закупка, производство, обработка информации), в то время как другие, как правило, более тесно связаны с логистикой (транспортировка, складирование, упаковка, выгрузка и погрузка). Что связывает все эти функции вместе, так это их способность повысить удовлетворенность клиентов. Это не означает, что производство, например, должно быть подчинено логистике. Скорее всего, руководство должно использовать логистику как способ интегрировать эти корпоративные действия и держать их сосредоточенными на клиенте, а не на внутренних процессах.

Благодаря хорошо развитым транспортным системам только логистика может полностью реализовать свои преимущества. Более того, качественное транспортное обслуживание в логистических операциях могло бы обеспечить лучшую эффективность логистики, снизить эксплуатационные расходы и повысить качество обслуживания. Для совершенствования транспортных систем необходимы усилия как государственного, так и частного секторов. Хорошо управляемая система логистики может повысить конкурентоспособность государств и предприятий.

Меняющиеся требования и окружающая среда создали потребность в логистике как конкурентном инструменте для улучшения клиентского сервиса и снижения общих затрат на обслуживание клиентов. Эти изменения также вызвали необходимость постоянного пересмотра и проектирования различных логистических систем и инструментов, используемых компаниями. Планирование системы логистики базируется на следующих основных принципах:

- услуги клиентам в области логистики включают доступность продукта, время для получения продукта, состояние продукта при его получении и точность выполнения заказа;
- решения о размещении связаны с размещением таких объектов, как склады, терминалы, магазины и заводы, а также требованиями дистрибуции к пунктам снабжения;
- материальное планирование запасов включает в себя определение уровней запасов и схем пополнения запасов.

Управление транспортом связано с режимом транспортировки, размером парка, выбором маршрута, планированием транспортных средств и консолидацией грузов. Все четыре области экономически взаимосвязаны и должны быть спланированы на комплексной основе для достижения максимальной выгоды. Потенциальная неустойчивость цепей поставок в условиях современных реалий зависит от следующих тенденций: рост интенсивности и сложности материальных и информационных потоков (за счет применения

современных информационных технологий и др.); усложнение организационно-экономических взаимоотношений в цепях поставок (вследствие глобализации и других факторов); уменьшение уровня материальных запасов в цепях поставок (из-за перехода к «тянущей» системе товародвижения и широкого применения принципов «бережливого» производства). При этом интенсивного внедрения методология обеспечения устойчивого развития цепей поставок пока не получила. Одним из факторов этого феномена является то обстоятельство, что не все предприятия прошли этап системной интеграции своих функциональных циклов логистики, т.е. не разрешили своих внутренних логистических проблем.

Инструменты моделирования логистической цепи пытаются включить в себя как можно больше деталей, которые по-прежнему учитывают проблему проектирования логистической системы в комплексе. Вот некоторые из вопросов, на которые отвечает интегрированная логистическая сеть:

- а) количество складов, их местонахождение, собственник (частный или государственный) и их размер, распределение спроса клиентов на пункты снабжения (склады или заводы); распределение на единицу или несколько пунктов снабжения; уровень запасов, который должен храниться в разных местах;
- б) тип транспортных услуг для использования;
- с) уровень обслуживания клиентов, который должен быть предоставлен.

Определение оптимальной конфигурации логистической сети – довольно сложная задача из-за большого числа поставщиков и клиентов, сотен вариантов мест размещения складов и производств и чрезвычайно большого количества вариантов транспортировки. Прежде чем приступить к созданию такой сети, необходимо рассчитать различные требования к конфигурации логистической сети.

Для конечного потребителя важно преобразование ресурсов в полезные товары производственного процесса в различных организациях. Обычно эти шаги разделяют компании на производство, хранение, транспортировку, оптовую торговлю и розничную продажу, однако в основном производственные предприятия, складские услуги, предприятия по продаже товаров – все это включает транспортное обслуживание. Планирование всех этих функций и подфункций в систему движения товаров в целях минимизации затрат улучшает обслуживание клиентов, что составляет концепцию бизнес-логистики предприятий. Производственным предприятиям требуется сборка материалов, комплектующих и расходных материалов с хранением, переработкой и обработкой материалов и без учета их хранения в рамках завода и склада. Складские услуги между заводами и торговыми точками связаны транспортным обслуживанием. Торговые сети и розничные магазины завершают цепочку с доставкой потребителям. Производители стараются ограничиться производством товаров, оставив маркетинг и распространение другим фирмам. Складирование и хранение можно рассматривать с точки зрения услуг для производственного процесса и для распределения продукции. В последнее время произошли существенные изменения в числе и местополо-

жении объектов, с закрытием многих однопользовательских складов и расширением объектов консолидации и распределительных центров. Эти события отражают такие факторы, как улучшение транспортных услуг и повышение потребности в улучшения логистических показателей.

Функция, которую играет транспорт в логистической системе, является более сложной, чем доставка товаров к потребителям. Его сложность может вступить в силу только благодаря высокому качеству управления. С помощью хорошо управляемой транспортной системы товары могут быть отправлены в нужное место в нужное время, чтобы удовлетворить требования клиентов. Это приносит эффективность, а также создает прочную связь между производителями и потребителями. Таким образом, транспорт является основой эффективности и экономии в логистике бизнеса и расширяет другие функции логистической системы. Кроме того, хорошая транспортная система, осуществляющая логистические операции, приносит выгоды не только качеству обслуживания, но и повышает конкурентоспособность компании.

Список литературы

1. Саркисов С.В., Неруш Ю.М. Транспортная логистика. М.: Юрайт, 2016. 352 с.
2. Ковалев М.М., Королева А.А., Дутина А.А. Транспортная логистика в Беларуси: состояние, перспективы. Минск: Изд. центр БГУ, 2017. 327 с.
3. Еремеева Л.Э. Транспортная логистика: Учеб. пособие. Сыктывкар: СЛИ, 2013. 260 с.

УДК 339.1

Го Хунли
Ценина Татьяна Тихоновна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

МЕСТО ЛОГИСТИЧЕСКИХ РИСКОВ В ОБЩЕЙ СТРУКТУРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ РИСКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены основные определения понятия риск, резюмированные в том, что «риск – это вероятность наступления неблагоприятного события». Рассмотрена базовая структура риска, а также его классификация по сферам деятельности и области управления. Особый акцент сделан на месте логистических рисков в общей структуре управления; приведена их подробная классификация на транспортные, логистические, эксплуатационные и предпринимательские риски. В заключении приведены основные направления дальнейших авторских исследования в обозначенной тематике.

Ключевые слова: логистические риски, предпринимательские риски, классификация рисков.

Go Hunly
Tsenina Tatyana, T.

Saint-Petersburg State University of Economics

PLACE OF LOGISTIC RISKS IN THE GENERAL STRUCTURE OF ENTERPRISE RISKS

Abstract. In the article main definitions of the concept of risk are presented, summarized as “risk is the probability of an adverse event”. The basic risk structure, as well as risk classification according to the spheres of activity and management area, is considered. A special emphasis is placed on logistics risks in the overall management structure; their detailed classification on transport, logistical, operational and enterprise risks is resulted. In the conclusion the basic directions of the further authors’ research are given.

Keywords: logistics risks, business risks, risk classification.

Понятие риска очень неоднозначное и имеет значительное количество определений. Риск можно трактовать как потенциальную, численно измеримую возможность потери. В тоже время, численно измеренная возможность – это вероятность, следовательно, риск – это вероятность возникновения потерь. Под потерями также может пониматься недопоступление планируемых доходов или прибыли. Многие авторы уходят от отрицательной коннотации, и характеризуют риск как неопределенность достигаемых результатов в будущем. Однако, данное определение идет в разрез с классическим инструментарием стратегического анализа. J.P. Morgan определяет риск как степень неопределенности получения будущих чистых доходов [3, с. 84]. Данное определение риска ограничивает его исключительно сферой экономики. Многие авторы декларируют в определении возможность денежного измерения риска, и определяют его как стоимостное выражение неблагоприятного вероятностного события. Таким образом, самое емкое определение риска можно сформулировать как «вероятность наступления неблагоприятного события» [2, с. 65].

Описывая риск, важно учитывать его три важнейшие характеристики [7, с. 64–68]. Первая из них – противоречивость риска: несмотря на прогресс, инициативные виды деятельности, внедрение новых идей и т.д., существуют субъективизм, консерватизм и регресс, которые при любых экономических условиях будут степень потенциального риска увеличивать. Вторая характеристика – альтернативность. Она заключается в выборе из нескольких вариантов решений или действий одного подходящего. Третья черта – неопределенность. Она характеризует недостаточность или неполноту информации – это основание, на котором базируется любой риск.

Более подробно можно рассмотреть такое понятие как «риск», изучив составляющие его структуры [8, с. 267–269]:

1. Причина – явление, наступление которого будет условием для наступления «опасного явления». Причина сама по себе не будет отрицательно влиять на объект, но будет провоцировать наступление «опасного явления».
2. Опасное явление – событие, которое может нанести вред объекту.

3. Вредное воздействие на объект – взаимодействие свойств опасного явления с объектом, которое может негативно сказаться на состоянии объекта. Вредное воздействие иногда еще называют порождающим фактором (свойством).
4. Потери – изменение состояния объекта по сравнению с исходными данными в худшую сторону.

Риски предприятия являются уникальной формой риска, характеризующейся в первую очередь особенностями предприятия как субъекта принятия решения. В случае с предприятием, риски выступают в роли характеристик события, выражающего неопределенность исхода и обязательность существования неблагоприятных последствий. Основные направления влияния рисков на событие представлены на рис. 1.

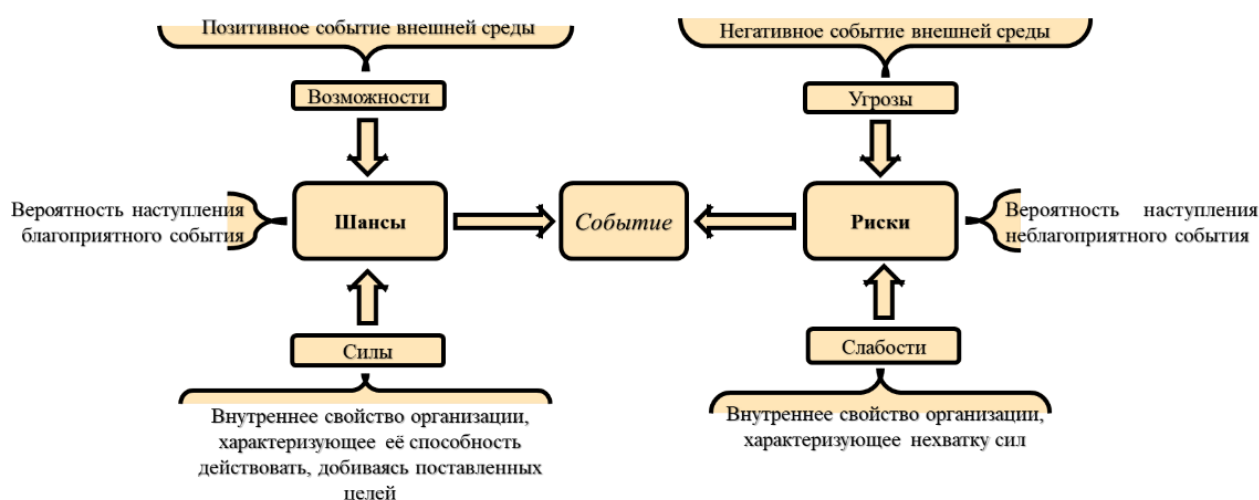


Рис. 1. Структура влияния рисков и шансов на событие

Таким образом, предпринимательский риск – это многоаспектная категория, отражающая процесс подготовки и принятия решения в условиях неопределенности осуществления предпринимательской деятельности, возможность наступления неблагоприятного события, в процессе которого субъект, принявший решение, имеет возможность количественно и качественно оценить вероятность достижения предполагаемого результата и принять оптимальное решение для достижения поставленной цели [4, с. 114].

Существует множество классификаций рисков, однако риски предприятия в первую очередь стоит классифицировать по сферам его деятельности [6, с. 84]:

1. Стратегические риски – опасность возникновения у предприятия возможных убытков вследствие ошибок при принятии управленческих решений и стратегии ведения деятельности.
2. Операционные риски – риски, связанные с возможными прямыми или косвенными убытками вследствие некорректного построения бизнес-планов, неэффективности контроля, технологических сбоев и т.д.
3. Финансовые риски – риски, связанные с возникновением убытков вследствие неэффективного развития и изменения структуры финансовых рынков.

4. Юридические риски – риски, связанные с юридическим обеспечением бизнеса, такие как угроза убытков вследствие обстоятельств, связанных с причинами правового характера (договорные риски, контакты с государственными органами).
5. Естественные риски – чистые риски, которые имеют внешний характер и присущи любому виду деятельности (риск техногенных катастроф).

Данная классификация в полной мере включает в себя все возможные риски предприятия. Однако, процесс управления рисками требует ее детализации, и выделения конкретных видов рисков событий. Дальнейшая детализация должна строиться на базе некоего классификационного признака. Одним из первичных классификационных признаков может выступать сфера управления в рамках предприятия.

Например, логистические риски – это объективная невозможность, неспособность и (или) неумение (транспортной) организации избежать либо минимизировать угрозы своему бизнесу, уменьшив неопределенность во внешней и внутренней среде, с помощью принципа опережающего отражения [5, с. 641].

Можно выделить следующие группы наиболее характерных логистических рисков [1, с. 452]:

1. Транспортные риски. Данные риски порождаются неопределенностью и многовариантностью внешней и внутренней среды предприятия, в первую очередь, непредсказуемостью спроса и динамикой потребительских предпочтений. В рамках данной группы выделяют следующие подгруппы:

- a) коммерческие риски (срывы поставок, ненадлежащее состояние грузов, нарушение сроков со стороны заказчика);
- b) риски хищения и порчи грузов;
- c) экологические риски при транспортировке груза, нанесшего ущерб окружающей среде;
- d) технические риски (выход из строя транспортного средства, повлекшего срыв сроков доставки груза).

2. Кадровые риски (халатность низкоквалифицированного персонала).

3. Экологические риски. Под данными рисками понимается вероятность наступления административной ответственности за нанесение ущерба окружающей среде, в том числе загрязнение земельных, водных, воздушных и лесных ресурсов, нанесение вреда сельскому хозяйству и биосфере, и вероятность наступления гражданско-правовой ответственности за нанесение ущерба жизни и здоровью третьих лиц, загрязнение атмосферного воздуха отработавшими газами, нарушение уровня шума, травмирование и гибель людей и животных в транспортных происшествиях.

4. Эксплуатационные риски. Данные риски связаны с ненадлежащим обеспечением технического состояния транспортного средства. Для уменьшения этого вида рисков необходимо добиваться соблюдения графика периодического технического обслуживания и ремонта, учет срока эксплуатации транспортного средства, соответствия его параметров эксплуатационному назначению.

5. Предпринимательские риски. Данные риски подразумевают увеличение транспортных издержек. Показателями эффективности предприниматель-

ской деятельности транспортного предприятия служат коэффициент использования грузоподъемности подвижного состава по отдельным типам грузов, коэффициент использования пробега, коэффициент выпуска и коэффициент технической готовности парка, грузооборот на тонну грузоподъемности, затраты транспортной деятельности, отнесенные к общему грузообороту, затраты на единицу транспортных средств, доход от перевозок к общему грузообороту, доход на единицу транспортных средств.

Данная классификация является не полной, однако она в достаточной мере отражает специфику логистической деятельности предприятия. Целью дальнейшего авторского исследования является построение эффективной системы управления совокупностью указанных видов рисков.

Список литературы

1. *Афанасьева Н.В., Семенов В.П., Шамина Л.К.* Управление рисками деятельности транспортных предприятий // Экономика и предпринимательство. 2017. №8-1(85-1). С. 451–456.
2. *Белостоцкая А.А., Забелин Б.Ф., Конников Е.А.* Совершенствование системы инвестирования в реальный сектор экономики // Экономика и предпринимательство. 2016. №1-2(66-2). С. 218–222.
3. *Конников Е.А., Мокейчев Е.В.* Три характеристики успешной организации: Монография. Казань: ООО «Бук», 2016.
4. *Кривошеев С.С.* Категория хозяйственного риска в системе планирования предприятия // Актуальные проблемы современной науки: Сб. статей. Самара: Изд-во СамГТУ, 2003. С. 114–117.
5. *Михалев В.Д.* Формирование системы управления рисками транспортных предприятий и организаций // Фундаментальные исследования. 2011. №12-3. С. 640–644.
6. *Поляков Р.К.* Специфические особенности факторов риска: их анализ и классификация // Российское предпринимательство. 2008. №4-2(109). С. 84–88.
7. *Ценина Е.В., Ценина Т.Т.* Идентификация рисков в международной транспортно-экспедиторской деятельности // Проблемы анализа риска. 2016. Т. 13. №6. С. 64–68.
8. *Ценина Т.Т., Ценина Е.В.* Уровни сложности операций в цепях поставок и риск-менеджмент // В сб.: Логистика: современные тенденции развития: Материалы XIV Международ. науч.-практ. конференции. 2015. С. 367–369.

УДК 658.7

Дмитриев Александр Викторович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ЦИФРОВАЯ ЛОГИСТИКА В УСЛОВИЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы логистики устойчивого развития на основе применения современных цифровых технологий. Исследуются возможности применения логистического инструментария при управлении потреблением ресурсов с целью максимально эффективного их использования. Анализируются современные мировые инициати-

вы в области «зеленой» логистики. Исследуются цифровые платформы, выполняющие роль системных интеграторов в логистике.

Ключевые слова: устойчивое развитие, цифровизация, логистика, транспортировка, управление цепями поставок.

Dmitriev Alexander, V.

Saint-Petersburg State University of Economics

DIGITAL LOGISTICS IN CONDITIONS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Abstract. The article deals with the logistics of sustainable development based on the use of modern digital technologies. The possibilities of applying the logistical tool for managing consumption of resources with the purpose of the most effective use of them are explored. The modern world initiatives in the field of “green” logistics are analyzed. Digital platforms that perform the role of system integrators in logistics are explored.

Keywords: sustainable development, digitalization, logistics, transportation, supply chain management.

В последние годы одной из основных тенденций, характерных для различных сфер деятельности человека, является поддержание устойчивого развития окружающей среды. Уже сейчас в мире потребляется ресурсов больше, чем природа может воспроизвести, что неизбежно приведет к их исчерпанию в ближайшие десятилетия. Возникает объективная необходимость снизить негативное влияние человечества на экосистему. В данном случае необходимо применять логистический инструментарий, который позволит управлять потреблением ресурсов и добиваться максимально эффективного их использования, в том числе, на основе применения современных цифровых технологий [1].

Общепринятая трактовка термина «устойчивое развитие» связана с идеей реализации потребностей современного общества без ущерба для возможностей будущих поколений. Следовательно, необходимо рассчитать потребление ресурсов, а также воздействие человека на природу сегодня таким образом, чтобы избежать экологических катастроф в будущем.

Логистические технологии транспортировки исходного сырья и конечных продуктов имеют наибольшее значение для обеспечения устойчивости развития различных секторов экономики. В частности, при перевозке продукции химической промышленности, например, нефтепродуктов, кислот, удобрений, полимеров, лекарственных препаратов, косметики и парфюмерии главным образом следует выбирать экологически безопасные виды транспорта (трубопроводы, внутренние водные пути, морские и железнодорожные).

В общем объеме перевозок доля грузов, перевозимых по автомобильным дорогам, должна сокращаться и составлять менее 30%, в то время как в настоящее время в России этот показатель равен 67% (табл. 1) [4, с. 437].

Таблица 1

Перевезено грузов по видам транспорта, млн. тонн

	2014	2015	2016	Доля вида транспорта в общем объеме, %
Перевезено грузов по видам транспорта, всего	8006	7582	7695	100
в том числе:				
морским	16	19	25	0,32
внутренним водным	119	121	118	1,53
трубопроводным	1078	1071	1088	14,14
железнодорожным	1375	1329	1325	17,22
автомобильным	5417	5041	5138	66,77

На долю водного транспорта и трубопроводов, имеющих ключевое значение, должно приходиться около 30% и более 25% перевозимых объемов грузов соответственно. В настоящее время этот показатель для водного транспорта (морской и речной) составляет около 2%, а для трубопроводного – 14%.

Железнодорожный транспорт также остается важным для различных секторов экономики, особенно в тех случаях, когда осуществляются массовые перевозки больших партий грузов на средние и дальние расстояния, а также при доставке опасных грузов. Кроме того, с точки зрения парадигмы устойчивого развития, использование автомобильного транспорта необходимо снижать, чтобы избежать перегруженности и преждевременного износа автомобильных дорог и дополнительных выбросов углекислого газа в атмосферу (рис. 1).

В управлении логистикой устойчивого развития важной тенденцией является цифровизация. Цифровая трансформация логистической отрасли создает огромные возможности для улучшения материально-технического обеспечения и играет ключевую роль в развитии коммуникаций, поддержке сотрудничества и обеспечении эффективного обмена информацией. Цифровые технологии позволяют компаниям обмениваться прогнозами конъюнктуры рынка, информацией о запасах, графиками поставок и транспортными документами между клиентами и поставщиками в режиме реального времени, опережая материальный поток. Это приводит к лучшему поиску и привлечению различных ресурсов (финансовых, кадровых) из внутренних и внешних источников, интегрированному планированию цепочки поставок и управлению и обработкой продуктов на всех стадиях жизненного цикла, что, в конечном итоге, обеспечивает надежность доставки, более эффективное использование активов и повышение безопасности логистической системы [2].

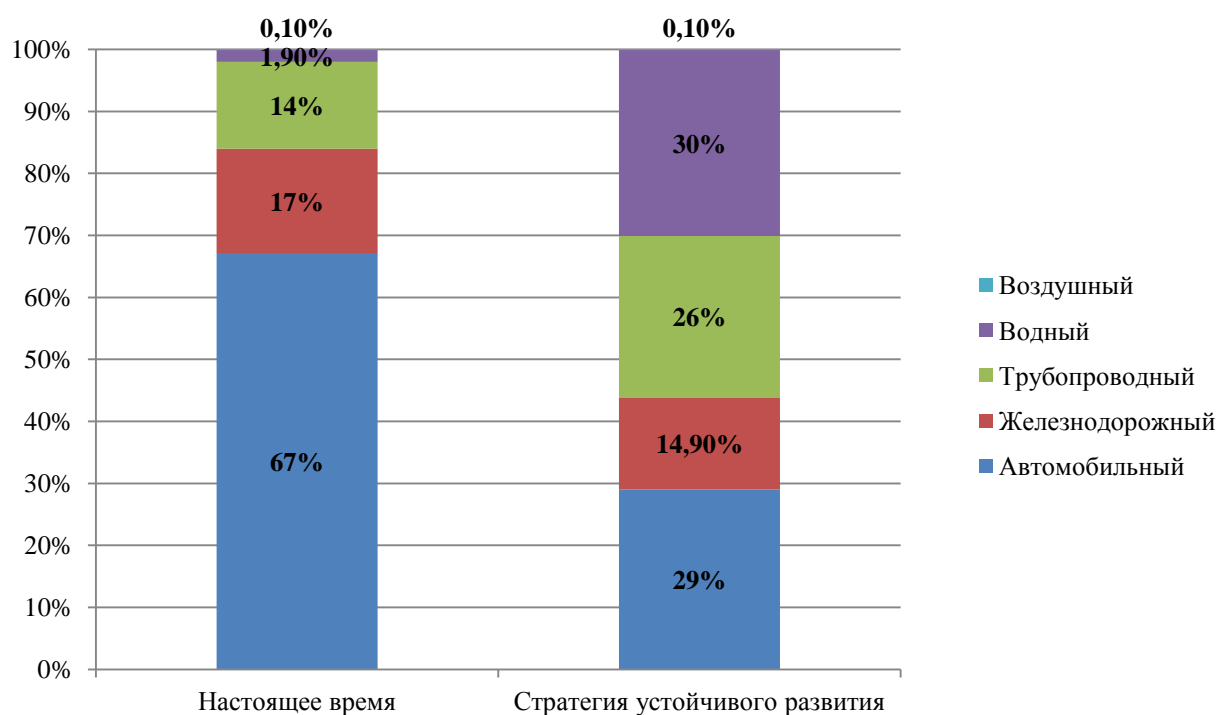


Рис. 1. Соотношение объемов перевозки грузов основными видами транспорта в стратегии устойчивого развития, %

В России, к сожалению, пока тенденции устойчивого развития и цифровые технологии в логистике развиваются недостаточно быстро, в отличие от Европы, где, согласно данным Всемирного экономического форума («Инициатива DTI») (не путать с Петербургским международным экономическим форумом), цифровизация в цепочке поставок может создавать дополнительную ценность для различных отраслей промышленности. В частности, в химической промышленности логистика добавленной стоимости оценивается в объеме 40–70 млрд. долл. США благодаря улучшению закупок, сокращению логистических издержек и повышению эффективности администрирования цепей поставок.

Проект e-ECD (европейский электронный сертификат очистки) является одним из примеров цифровизации в области логистики. Надежные системы для внутренней чистки емкостей (цистерн, контейнеров, вагонов) необходимы как производственным предприятиям в области химической, строительной, пищевой и ряда других отраслей промышленности, так и транспортно-логистическим компаниям, которые занимаются перевозкой продукции перечисленных выше отраслей. Глобализация рынка и технический прогресс приводят к постоянному росту требований к качеству очистки тары. Все чаще необходимо не только соблюдение строгих европейских стандартов качества очистки (например, HACCP и SQAS), но и получение унифицированного документа, подтверждающего эффективность очистки, например, сертификата ECD (European Cleaning Document) в электронной форме.

В указанном проекте сотрудничество осуществляется между всеми сторонами, вовлеченными в процесс очистки резервуаров (в том числе грузовладельцами, поставщиками логистических услуг и станциями очистки).

Для химических компаний очистка резервуаров является краеугольным камнем логистического процесса, для которого необходимо обеспечить безопасность, качество, операционную эффективность и соответствие требованиям. Важной вехой стало внедрение Европейского документа по очистке (ECD) еще в 2005 году, разработанного EFTCO (Европейской федерацией организаций по очистке резервуаров) в сотрудничестве с ЕСТА (Европейская ассоциация химического транспорта).

Хотя сам проект ECD был гигантским скачком вперед, использование документов на бумажной основе больше не отвечает сегодняшним вызовам и ожиданиям. Технологические возможности также значительно расширились за последнее десятилетие, открыв новые возможности. Именно поэтому ЕСТА и EFTCO запускают проект, нацеленный на оцифровку сертификатов очистки.

Это может обеспечить следующие преимущества с точки зрения качества и соответствия требованиям, ответственного обслуживания и безопасности и операционного совершенства:

- **Качество и соответствие.** Точный и своевременный обмен информацией между станциями очистки резервуаров, загрузкой и процессом доставки клиентам обеспечивает бесшовное сотрудничество между всеми сторонами. Переход к форме электронного сертификата ECD и связанному с этим процессу сделает эти коммуникации менее подверженными ошибкам, более прозрачными и реальными, что приведет к получению высококачественного логистического обслуживания для конечного пользователя.
- **Ответственность и безопасность.** Все заинтересованные стороны стремятся повысить безопасность и повысить уровень ответственности. Точная информация о грузе и процедуре очистки в сочетании с деятельностью персонала, обладающего правильными навыками и соответствующими техническими установками, необходимы для обеспечения безопасного и устойчивого процесса очистки.
- **Эксплуатационное превосходство.** Автоматизация захвата информации сертификата ECD и цифровизация операций её дальнейшего использования будет означать снижение количества ручного труда, более быструю работу и загрузку сайта, меньшую переработку и проверку, а также сокращение времени ожидания. Сокращение количества черных списков недобросовестных перевозчиков позволит увеличить доступность логистических активов, что снизит затраты и повысит эффективность. Доступность данных и высокий уровень доверия к информации сертификата e-ECD открывает возможности для процесса выборочного контроля, в котором компании с положительной репутацией и полными данными могут получить выгоду от доступа к дорожным полосам для быстрого движения.

Проект e-ECD разделен на две фазы:

- 1) пилотная фаза направлена на демонстрацию цифрового электронного решения e-ECD в рамках меньшего объема затрагиваемых ло-

гистических процессов и ограниченного географического охвата. Этот экспериментальный этап начнется в конце 2017 года и продлится около шести месяцев;

- 2) вторая фаза, развертывающая решение e-ECD для всех европейских заинтересованных сторон, предусмотрена во втором квартале 2018 года после положительной оценки экспериментального проекта.

Еще одним примером цифровизации логистики устойчивого развития является независимая панъевропейская платформа Cargo Stream, которая работает в качестве логистического агрегатора и обеспечивает горизонтальное соединение цепочек поставок между грузоотправителями путем объединения и координации их потребностей в транспорте. Данная платформа помогает грузоотправителям сократить расстояния перевозок за счет оптимизации маршрутов доставки, повысить эффективность загрузки подвижного состава с помощью объединения и накопления отправок, а также расширить возможности использования мультимодальных перевозок [3].

В рамках цифровизации логистики устойчивого развития предприятиям приходится значительно перестраивать существующую внутрипроизводственную систему и свои функции. Необходимо проводить так называемый «зеленый» логистический реинжиниринг, который оказывает большое влияние на цепочки поставок компании. Причина в том, что концепция SCM включает в себя все функции корпорации и направлена на оптимизацию управления всеми потоками материалов, финансовых средств и информации между различными подразделениями и ведомствами, которые заняты в производстве товаров и услуг и доведения их до конечных потребителей.

Несмотря на то, что в прошлом для прогноза и расчета общих логистических затрат в цепочках поставок были разработаны четкие и ясные методики, сегодня менеджерам необходимо учитывать совершенно разные и порой неожиданные вопросы при управлении цепями поставок. Одним из важнейших является в настоящее время «зеленый фактор», который приобрел огромное значение в последние несколько лет и заставил предприятия уделять больше внимания своей логистической деятельности. Выражается это, например, в том, что стало возможным уменьшать расходы на утилизацию путем создания программы использования многоразовых контейнеров при работе с поставщиками, внедрять так называемые инициативы «нулевых отходов», что позволяет экономить различные виды сырья, материалов, топлива и других видов ресурсов. Благодаря программам использования возобновляемой энергии предприятиям удастся сократить потребление энергии на 30% в течение нескольких лет.

Концепция «зеленых цепочек поставок» превратилась из обязательного условия при осуществлении деятельности предприятий в средство создания стоимости. Традиционно компании внедряли «зеленые» проекты исключительно из-за сокращения расходов на обеспечение соблюдения требований по поддержанию здоровья потребителей и защиты окружающей среды, а также для минимизации рисков нанесения ущерба природе. В странах с ярко выраженной и сформированной моделью создания добавленной стоимости продукта реали-

зация экологических инициатив в цепочках поставок позволяет компаниям повысить производительность, улучшить взаимоотношения с заказчиками и поставщиками, поддержать инновации и обеспечить рост. «Зеленые» цепочки поставок больше не являются исключительно экологическим вопросом, они повышают эффективность бизнес-процессов и снижают затраты. Цепочки поставок все чаще становятся ключевым направлением реструктуризации организаций с целью уменьшения отрицательных воздействий на экосистему. На первое место в списке «зеленых» инициатив при управлении цепями поставок выходит повышение эффективности перевозок, логистических операций, системы выбора сырья и упаковочных материалов.

Однако, несмотря на значительный потенциал для успешной деятельности, в России большинство руководителей в отрасли управления цепями поставок до сих пор не обращают внимания на использование экологических технологий в своей деятельности.

Список литературы

1. Дмитриев А.В. Проблемы логистической координации деятельности субъектов рынка транспортно-экспедиторских услуг // Вестник Российской академии естественных наук (Санкт-Петербург). 2014. №1. С. 51–53.
2. Логистика и управление цепями поставок: Учебник для академического бакалавриата / Под ред. В.В. Щербакова. М.: Юрайт, 2016. 582 с. Серия: Бакалавр. Академический курс.
3. Современные транспортно-складские системы: Учеб. пособие / А.В. Дмитриев, Э.М. Букринская, О.Н. Липатова. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. 79 с.
4. Российский статистический ежегодник. 2017: Стат.сб. / Росстат. Р 76. М., 2017. 686 с.

УДК 332.05

Дюкова Ольга Михайловна
Локтионова Елена Викторовна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ТРАНСФОРМАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТОКОВ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Аннотация. В статье рассматриваются основные тенденции в сфере обмена информацией между различными субъектами рынка недвижимости в условиях цифровизации. Использование различных технологий управления информационными потоками, в том числе технологии блокчейн, позволяют существенно сократить временные и финансовые затраты участников рынка, а также повысить безопасность совершаемых сделок и защитить данные.

Ключевые слова: логистика, информационные потоки, блокчейн, цифровизация, девелопмент, долевое участие в строительстве.

Dyukova Olga, M.
Loktionova Elena, V.

Saint-Petersburg State University of Economics

TRANSFORMATION OF INFORMATION FLOWS OF THE REAL ESTATE MARKET IN CONDITIONS OF DIGITALIZATION

Abstract. The article deals with the main trends in the sphere of information exchange between various subjects of the real estate market in conditions of digitalization. Using various technologies for managing information flows, including blockchain technology, can significantly reduce the time and financial costs of market participants, as well as increase the security of transactions and protect data.

Keywords: logistics, information flows, blockchain, digitization, development, equity participation in construction.

Принятые в 2017 году Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы и Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» привели к внедрению цифровых технологий во все сферы деятельности. Потребность в такой стратегии обусловлена происходящими в экономике РФ процессами: финансовые потоки трансформируются в информационные, для чего разрабатывается информационное обеспечение, создаются интернет-платформы для хранения данных и т.д. [5, с. 73]. Рынок недвижимости также оказался под влиянием тренда цифровизации. Принятый 30 декабря 2004 года федеральный закон «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов» №214-ФЗ положил начало применению информационных технологий, в том числе основанных на использовании сети интернет. В частности, в статье 3.1 данного закона указывается, что застройщик, привлекающий денежные средства участников долевого строительства, должен обеспечить свободный доступ к информации о своей деятельности посредством создания и ведения интернет-сайта, в электронный адрес которого включено доменное имя, права на которое принадлежат застройщику (официальный сайт застройщика). На этом сайте он должен размещать всю информацию об объекте: проектную декларацию, разрешительную документацию, сведения об уплате обязательных отчислений и т.д.

Строительные и девелоперские компании не ограничиваются использованием сайта исключительно в информационных целях для размещения указанной информации, но и используют технологии, позволяющие отследить активность потенциальных покупателей на сайте, а также мотивировать последних на заключение сделки. Тенденция последнего времени – 3D-туры по жилым комплексам в новостройках. Интернет-реклама (контекстная, модульная) помогает привлечь от 60 до 90% потенциальных покупателей. Активно используют девелоперы и продвижение в социальных сетях, ведение групп и даже создание личных страниц руководителей компаний [4, с. 10–11].

В настоящее время как покупатели, так сами застройщики получили доступ к широкому спектру услуг, предоставляемых в электронном виде с помо-

щью портала Госуслуг. В частности, застройщик или девелоперская компания могут осуществлять взаимодействие со следующими органами:

- Администрация района Санкт-Петербурга (выдача разрешений на строительство объектов индивидуального жилищного строительства);
- Комитет по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры (выдача разрешений на строительство в случае осуществления реконструкции объекта культурного наследия);
- Комитет по градостроительству и архитектуре (подготовка документации, для получения разрешения на отклонение от предельных параметров разрешенного строительства, реконструкции объектов капитального строительства);
- Комитет по промышленной политике и инновациям Санкт-Петербурга (подготовка заключений о выполнении обязательств инвестора);
- Комитет по энергетике и инженерному обеспечению (предоставление сведений об организациях, выдающих технические условия подключения объектов капитального строительства к сетям инженерно-технического обеспечения);
- Служба государственного строительного надзора и экспертизы Санкт-Петербурга (выдача разрешений на строительство объектов капитального строительства).

Наличие возможности получения такого рода услуг в электронном виде позволяет существенно оптимизировать движение информационных потоков между девелоперами и указанными органами, что существенно сокращает одну из самых длительных стадий реализации проекта – предпроектную.

Однако основные перспективы цифровизации на рынке недвижимости связаны с применением технологий блокчейн. Технология блокчейн имеет в основе так называемый распределенный реестр, т.е. разновидность баз данных. Особенностью данной технологии является то, что копии реестра находятся одновременно у множества пользователей, что гарантирует безопасность для хранимых данных и прозрачность совершаемых при помощи данной технологии сделок.

Направления использования данной технологии на рынке недвижимости сводятся к следующим [2]:

- создание реестра сделок и прав собственности. Как известно, все операции с недвижимостью подлежат государственной регистрации, ведением реестра прав на недвижимость и сделок с ней занимается Росреестр. Использование технологии блокчейн позволит не только ускорить документооборот при регистрации прав и сделок, но и защитить данные, хранящиеся в реестре, от потери и мошенничества. Доступ к данным об объектах недвижимости и сделках носит публичный характер [1, с. 10], т.е. сведения по запросу предоставляются всем заинтересованным лицам (юридическим и

физическим), а с внедрением данной технологии доступ к информации можно будет получить с любого персонального компьютера или через мобильные приложения;

- взаиморасчеты. В нашей стране о покупке объектов недвижимости за криптовалюту речь пока не идет, однако технология может использоваться и для перевода безналичных денежных средств в рублях;
- упрощенная оценка объектов недвижимости. С внедрением технологии блокчейн каждый объект недвижимости получит свой «паспорт» с указанием технических характеристик. Оценка будет производиться дистанционно по указанным параметрам;
- смарт-контракты. Заключение таких договоров происходит полностью в цифровом виде, а переход права собственности обеспечивается применением компьютерных протоколов, что исключает влияние человеческого фактора. Такие сделки будут более безопасны по сравнению с традиционными, т.к. их законность будет проверяться автоматически;
- счет эскроу. Такие счета применяются в основном при заключении сделок на покупку или аренду недвижимости. В настоящее время держателями таких счетов являются банки или нотариусы, применение блокчейн технологии позволит сделать такие счета более безопасными. Например, покупатель объекта недвижимости может внести деньги на такой счет еще на этапе строительства, а при получении им документа о праве собственности данные средства автоматически будут зачислены на счет застройщика;
- охват вторичного рынка. На втором этапе внедрения технологии на рынок недвижимости планируется вносить данные и по объектам недвижимости, уже находящимися в собственности физических или юридических лиц и государства.

В настоящее время Правительство РФ занимается разработкой законопроекта, согласно которому уже в 2018 году большинство сделок с недвижимостью будет переведено на технологию блокчейн.

В конце 2017 года в Ленинградской области был зарегистрирован первый договор с применением технологии блокчейн, это был договор долевого участия в строительстве (ДДУ). Проект по внедрению данной технологии был разработан Росреестром совместно с Агентством ипотечного жилищного кредитования (АИЖК) и Внешэкономбанком. Схема взаимодействия участников данной сделки представлена на рис. 1.

Из рис. 1 видно, что основными участниками движения информационного потока при заключении договора долевого участия в строительстве являются не только покупатель и девелоперская компания, но и Фонд защиты прав граждан – участников долевого строительства, в который застройщик или девелопер должен отчислять страховые взносы в размере 1,2% от каждого договора долевого участия (ДДУ). Информация о взносах поступала в Фонд в течение нескольких дней, с применением технологии блокчейн этот период сократился до

15 минут. С внедрением данной технологии для ведения реестра прав на недвижимость и сделок с ней процесс регистрации договора в Росреестре и выдача документа о регистрации прав также сократится до нескольких минут.

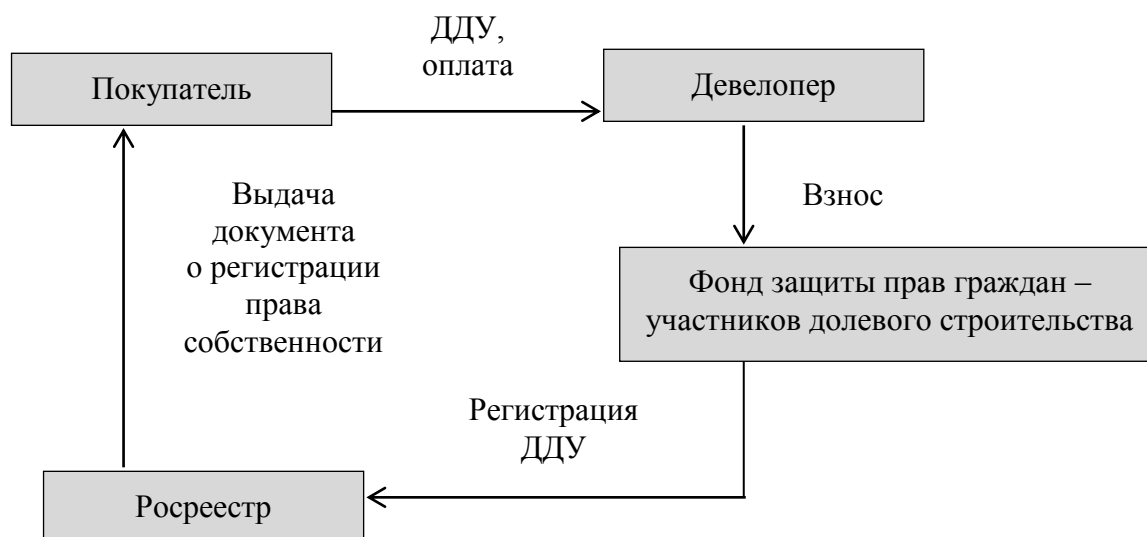


Рис. 1. Движение информационного потока при заключении договора долевого участия в строительстве

Преимущества применения блокчейн технологии для организации движения информационных потоков на рынке недвижимости очевидны: это и сокращение транзакционных издержек (временные затраты на оформление документов сокращаются от нескольких месяцев до нескольких минут), сокращение числа посредников (отпадает необходимость в агентах и нотариусах, сокращаются финансовые затраты на их услуги), повышается безопасность и прозрачность сделок (что позволит недвижимости стать ликвидным инструментом для инвестиций).

Список литературы

1. Дюкова О.М., Пасяда Н.И. Коммерция на рынке недвижимости. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011.
2. Кожевникова Ю. Как блокчейн и распределенные реестры преобразят рынок недвижимости [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://realty.rbc.ru/news/59ba787e9a79477ae173aa7b> (дата обращения: 13.02.2018).
3. Логистика: Учеб. пособие / Под ред. В.В. Щербакова. М.: Юрайт, 2017. 387 с.
4. Мягченко О. Цифровизация жилья // Деловой Петербург. 2017. №190(4819). С. 10–11.
5. Смирнова Е.А. Необходимость адаптации инструментов логистики в пространство цифровой экономики // Логистика и управление цепями поставок: Сб. науч. трудов. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. С. 72–76.

УДК 658.2

Козлов Владимир Константинович
Рудковский Иван Федорович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ПРОЦЕСС ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ: ОРГАНИЗАЦИЯ И СТРУКТУРА

Аннотация. Уровни проектирования логистической системы. Концептуально-аналитическое проектирование. Функционально-структурное проектирование. Детализации проекта и разработка исполнительного варианта. Факторы проектирования логистической системы. Содержание этапов проектирования.

Ключевые слова: проектирование, логистическая система, промышленное предприятие, этапы проектирования, проект, технико-экономическое обоснование.

Kozlov Vladimir, K.
Rudkovskiy Ivan, F.

PROCESS OF DESIGNING INDUSTRIAL LOGISTIC SYSTEMS: ORGANIZATION AND STRUCTURE

Abstract. Logistics system designing level. Conceptual and analytical designing. Function and structure designing. Executive project designing. Logistics system designing factor. Designing stage content.

Keywords: designing, logistics system, industrial enterprise, designing stage, project, feasibility study.

Организация процесса проектирования логистической системы промышленного предприятия предполагает его расчленение на логически структурированные и самостоятельные с методической точки зрения этапы, структура и содержание которых определяются следующими основными факторами:

- методами системного подхода и общими принципами циклического подхода;
- конкретными практическими особенностями производства.

Этапы проектирования образуют временную последовательность работ, а их число, как и содержание и степень конкретизации и глубины проектных задач определяются конкретной структурой и содержанием проекта.

Проектирование логистической системы промышленного предприятия делится на три крупных этапа (уровня):

- концептуально-аналитическое проектирование (планирование целей и концептуальных подходов, определение базовых задач и параметров проектирования);

- функционально-структурное проектирование (разработка проектных альтернатив и выбор варианта структуры; технико-экономическое обоснование проектных решений);
- детализация проекта и разработка исполнительного варианта (детальное представление проектного решения; планирование процесса реализации проекта и ввода системы в эксплуатацию).

В процессе работ по проектированию в целях получения более полных и детальных конечных результатов конкретизируются и уточняются, детализируются и расширяются задачи междисциплинарного характера.

Более детальное представление о системном подходе к проектированию логистической системы промышленных предприятий отражает включающая шесть основных этапов и содержащая три комплекса задач проектирования модель, представленная в табл. 1.

Таблица 1

Структура проектных работ

Уровни проектных работ	Содержание работ	Этапы проектирования	Результат проектирования
Концептуально-аналитическое проектирование	Планирование целей и концептуальных подходов, определение базовых задач и параметров проектирования	1. Планирование целей	Постановка задач, предварительное технико-экономическое обоснование
		2. Предварительное проектирование	
Функционально-структурное проектирование	Разработка проектных альтернатив и выбор варианта структуры; технико-экономическое обоснование проектных решений	3. Функционально-структурное проектирование: 3.1. Идеальное проектирование – концепции решения (идеализированные) 3.2. Реальное проектирование – варианты решения (реальные)	Проектные исследования / концепции (окончательное технико-экономическое обоснование)
Детализация проекта и разработка исполнительного варианта	Детальное представление проектного решения; планирование процесса реализации проекта и ввода системы в эксплуатацию	4. Детальное проектирование	Проект (готовый к реализации)
		5. Разработка исполнительного проекта	Рабочая документация
		6. Реализация проекта	Система промышленного предприятия / производства

Таким образом, концептуально-аналитическое проектирование предполагает определение целей и проблемных областей (в кратко-, средне- и долгосрочной перспективе), анализ исходного положения и разработку базы для проектирования.

Функционально-структурное проектирование включает в себя решение задач разработки, анализа и выбора альтернативных концепций (вариантов) структуры промышленного предприятия с учётом процессов его деятельности, главным образом, производственных процессов на основе логистики.

Этап детализации проекта и разработка исполнительного варианта содержательно раскрывается в ходе уточнённого проектирования на основе предпочтительных (намеченных к реализации) вариантов до уровня их готовности к реализации и собственно реализацию проекта вплоть до ввода логистической системы в эксплуатацию.

Как между этапами, так и между внутренними процедурами проектирования должны быть встроенные «точки» определения, обоснования и принятия решений о необратимости результатов проектных решений, обеспечивающих основу для дальнейших проектных работ вплоть до завершения всего процесса проектирования.

Представленные этапы проектирования носят обобщённый характер. Их конкретное воплощение определяется многими факторами, отражающими отраслевую принадлежность промышленного предприятия, его специфику и др.

Структура, масштабы и глубина работ на отдельных этапах проектирования зависит от специфики решаемых задач и носит последовательно-итерационный характер.

Следует подчеркнуть, что системный подход к проектированию логистической системы предприятия необходимо рассматривать в непосредственной взаимосвязи с центральной комплексной задачей проектирования собственно промышленного предприятия.

Главные факторы, определяющие процесс проектирования промышленного предприятия:

- *производственная программа*:
 - состав (номенклатура) и объёмы (цикличность) производства;
 - тенденции реализации и развития в средне- и долгосрочной перспективе;
- *этапность проектирования* – ключевым является этап функционально-структурного проектирования, подразделяемый на идеальное и реальное проектирование, – именно на этом этапе осуществляется разработка вариантов решения в части проектирования структуры промышленного предприятия и его логистической системы в целом;
- *допустимый уровень затрат и сроки проектирования* – в целом и на отдельных этапах.

Основным содержанием этапов проектирования, в развитие изложенного выше, отражающим взаимосвязь структуры процесса и задач проектирования логистической системы промышленного предприятия, являются:

- *планирование целей* на основе анализа возможностей и приемлемых альтернатив;
- *предварительное проектирование* – разработка проектной базы на основе анализа исходного положения и тенденций в отношении подходов к конкретизации и решению поставленных задач. Данный этап завершается предварительным технико-экономическим обоснованием, а также предварительным выбором и оценкой места размещения;
- *функционально-структурное проектирование*, в том числе:
 - идеальное проектирование – разработка функционально обусловленных, идеализированных концептуальных решений путём отбора, определения параметров и оптимизации размещения функциональных подразделений;
 - реальное проектирование – приведение идеализированных концептуальных решений путём функционально-пространственной интеграции в соответствии с реальными структурами площадей и помещений в процессе разработки и анализа вариантов с окончательным выбором предпочтительного из них, результатом чего являются варианты реального проектного решения. Кроме того на данном этапе решаются задачи выбора места размещения и разработки генерального плана застройки.

В целом функционально-структурное проектирование завершается окончательным технико-экономическим обоснованием и характеризуется необратимостью принятых решений;

- *детальное проектирование* – дополнение и детализация вариантов решений, подлежащих реализации как основа выбора предпочтительного варианта, что завершается принятием к реализации проекта;
- *разработка исполнительного проекта* – проектирование и принятие всех необходимых для реализации этого процесса мер;
- *реализация проекта* – управление процессом реализации проекта и контроль за его ходом, включая ввод в эксплуатацию.

В то же время для составляющих этапа функционально-структурного проектирования как ключевого этапа проектирования логистической системы характерна проектная деятельность синтезирующего/интегрирующего содержания с последующим выделением четырёх ключевых функций – функций проектирования структуры промышленного предприятия:

- *идеальное проектирование* (системный синтез):
 - определение функций – определение технологических функций структурных подразделений и функциональных взаимозависимостей системы промышленного предприятия, определяющих последовательность операций и процессов, составляющих логистический производственный поток;
 - проектирование мощностей, площадей и потребных ресурсов;
 - структуризация – принятие решений о пространственном размещении и организации производственной и всей функциональ-

ной системы промышленного предприятия, рациональных (оптимальных) с функциональной, организационно-технической и производственно-экономической точек зрения. На этом этапе определяются формы согласованного пространственного размещения – идеальная планировка проектируемого объекта;

- *реальное проектирование* (системная интеграция):
 - конфигурирование – функционально обусловленное включение или приведение в соответствие структурных составляющих с реальной структурой площадей и помещений (подсистемы/системы) исходя из требований логистики, внутренней и внешней, определяющей, соответственно, внутренние взаимосвязи и взаимосвязи с окружающей средой. На этом этапе происходит проектирование схемы реальной планировки.

Таким образом, технико-экономическое обоснование является ключевым для принятия проектных решений при завершении функционально-структурного проектирования, на основе которого на следующих этапах производится детальная разработка реализуемого и исполнительного проекта вплоть до его завершения и реализации.

Список литературы

1. *Грундиг К.-Г.* Проектирование промышленных предприятий / *К.-Г. Грундиг*; Пер. с нем. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 340 с.
2. *Козлов В.К., Рудковский И.Ф.* Проектирование логистических систем: учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. 93 с.
3. *Слак Н.* Организация, планирование и проектирование производства. Операционный менеджмент / *Н. Слак, С. Чеймберс, Р. Джонстон*; Пер. с 5-го англ. изд. М.: ИНФРА-М, 2016. XXVI, 790 с.
4. *Схиртладзе А.Г.* Проектирование производственных систем в машиностроении / *А.Г. Схиртладзе, В.П. Вороненко, В.П. Борискин*. Старый Оскол: ТНТ, 2017. 432 с.
5. *Хелдман К.* Профессиональное управление проектом / *К. Хелдман*; Пер. с англ. *А.В. Шаврина*. 7-е изд., доп. и перераб. М.: Лаборатория знаний, 2016. 760 с.

УДК 338.49

Коль Ольга Дмитриевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В статье обосновываются методологические основы понятия «интегральный логистический потенциал региона», уровни изучения цифровой экономики, в том числе указывается на необходимость рассмотрения особенностей цифровизации на региональном

уровне, в том числе применительно к его логистическому потенциалу; выявляются проблемы цифровизации интегрального логистического потенциала на уровне региона.

Ключевые слова: цифровизация, потенциал, интегрированный логистический потенциал региона, проблемы цифровизации логистического потенциала.

Kol Olga, D.

Saint-Petersburg State University of Economics

PROBLEM OF DEVELOPMENT OF THE LOGISTIC POTENTIAL OF THE REGIONAL IN CONDITION OF DIGITAL ECONOMY

Abstract. The article substantiates the methodological foundations of concept of «integral logistics potential of the region», the level of studying the digital economy, including the need of consider the features of digitalization at the region level, including in relation to its logistic potential; problem of digitalization of integrated logistic potential at the level of the region are revealed.

Keywords: digitalization, potential, integrated logistic potential of the region, problem of digitalization of logistic potential.

В настоящее время в нашей стране начинает реализовываться новый курс развития экономики – её цифровизация. При этом основной упор делается на необходимость развития интеллектуального потенциала, имеющегося у нашей страны, в сфере цифровой экономики, математики, программного продукта, кибернетики и т.д. Сегодня уже практически все отрасли экономики вовлечены в процесс цифровых изменений.

Зарубежный опыт показывает, что у цифровой экономики множество преимуществ. Например, она позволяет снижать стоимость платежей и открывает новые источники дохода, товары и услуги более быстро могут выйти на глобальный рынок и тем самым стать доступными людям в любой точке мира, предлагаемый новый продукт может быть практически мгновенно доработан с целью удовлетворения новых ожиданий или потребностей потребителя и т.д.

Однако сегодня цифровая экономика в нашей стране занимает примерно 4% в ВВП, это в 2–3 раза меньше, чем в странах-лидерах [1].

По данным Европейской комиссии цифровая экономика оценивается в 3,2 трлн евро в группе стран «Большой двадцатки» и составляет около 8% ВВП [7].

Цифровизацию экономики следует рассматривать с нескольких уровней.

Прежде всего это новый этап развития современной цивилизации, так называемая «четвёртая промышленная революция». Например, Клаус Шваб в книге «Четвёртая промышленная революция» пишет о германской концепции «Индустрия 4.0», японцы говорят о создании «Общества 5.0». Многие страны мира уже на рубеже XXI века приняли соответствующие программы своего развития: в 2000 г. – Дания, в 2005 г. – Сингапур, в 2008 г. – Австралия, Гонконг, Великобритания, Новая Зеландия, в 2009 г. – в целом Евросоюз, в 2010 г. – Канада, в 2012 г. – Малайзия, в 2013 г. – Южная Корея, в 2015 г. – Индия, Казахстан и т.д.

Другой подход к данному понятию – это внедрение разнообразных цифровых инструментов (технологий) как в отдельных отраслях, так и на уровне

конкретного предприятия. Это создание «умных» машин и интеллектуальных сенсоров, цифровые платформы и мобильность, тотальная подключённость к Интернету (индустриальный Интернет), облачные и «туманные» вычисления как способы работы с данными, искусственный интеллект и создаваемые на его базе «когнитивные предприятия» и т.д.

Развитие разнообразных инструментов цифровой экономики затронет все уровни, виды экономической деятельности и сферы экономики страны, в том числе и её логистический потенциал. При этом представляется, что необходимо отдельно рассматривать особенности цифровизации на региональном уровне, что особенно актуально для нашей страны. Поэтому рассмотрим несколько подробнее понятие «логистический потенциал региона».

В современных экономических условиях понятие «потенциал» представляет собой важнейшую экономическую категорию. В экономической науке понятие «потенциал» начало использоваться в конце 70-х – начале 80-х годов прошлого века. Именно в этот период появились исследования, в которых рассматривались различные аспекты этого понятия. В настоящее время в научной литературе существует множество подходов к понятию данной экономической категории (см., например, [4]).

В широком смысле слова понятие «потенциал» (от лат. potential – мощь, сила) означает «средства, запасы, источники, имеющиеся в наличии и могущие быть мобилизованы, приведены в действие, использованы для достижения определенной цели, осуществления плана, решения какой-либо задачи; возможности отдельного лица, общества, государства в определённой области» [3].

В то же время в настоящее время большинство экономистов в качестве важнейших элементов потенциала выделяют наличие ресурсной составляющей и потенциальную возможность её использования.

Именно поэтому в экономической литературе ещё в конце прошлого века сформировался ресурсный подход к исследованию сущности понятия «потенциал», его состава и соотношения с другими экономическими категориями.

Рассмотрение логистического потенциала осуществлялось, как правило, применительно к уровню предприятия. Наиболее подробно данный вопрос рассмотрен в монографии [6].

Представляется, что логистический потенциал региона следует рассматривать как интегральный потенциал, т.е. как динамическую совокупность экономических потенциалов непосредственно самих логистических предприятий и потенциала логистической инфраструктуры региона, функционирование которой обусловлено принципом синергизма, с целью формирования конкурентоспособного логистического продукта, способная удовлетворить потребности физических и юридических лиц в разнообразных логистических услугах.

При этом интегральный логистический потенциал региона включает в себя две составляющие:

- 1) ресурсную составляющую – кадровые ресурсы, финансовые ресурсы, материальные ресурсы (средства транспортировки, складирования, упаковки, грузопереработки, информационные средства и т.д.);

- 2) возможности (субъективную составляющую) – административно-управленческий потенциал, институциональный (нормативно-правовой) потенциал, маркетинговый потенциал (потенциал продвижения).

Следовательно, развитие цифровых технологий должно осуществляться на всех уровнях логистического потенциала региона. Однако представляется, что цифровизация интегрального логистического потенциала на уровне региона потребует решения следующих основных проблем.

Во-первых, это проблема подготовки квалифицированных кадров. По мере автоматизации все большего количества логистических операций профессии будут видоизменяться. Потребуются новые подходы к обучению и готовность к массовому переобучению кадров в логистике.

Во-вторых, различный уровень развития ИКТ-инфраструктуры на территории России (цифровое неравенство). Например, средняя скорость широкополосного соединения (ШПД) в Москве почти в четыре раза выше, чем в Хабаровске, при том что абонентская плата там на 40% выше московской [5].

В-третьих, низкий уровень цифровизации частных компаний в России. Частный сектор не использует преимущества активного освоения цифровых технологий потребителями, слабо инвестирует в использование технологических достижений, в повышение производительности и создание новых продуктов и услуг. Объем инвестиций частных компаний в цифровизацию составляет пока всего 2,2% ВВП, тогда как в США он достигает 5%, в странах Западной Европы – 3,9%, в Бразилии – 3,6% [2, с. 39].

В-четвёртых, как показывает практика, не во всех российских регионах грамотно организована политика поддержки цифровых стартапов со стороны государства и частных инвесторов, а также их адекватное финансирование.

По-прежнему остаётся проблемой неблагоприятная экономическая ситуация в стране, которая серьёзно влияет на инвестиции логистических компаний в основные средства, и в том числе, в приобретение и внедрение нового оборудования и новых технологий.

Кроме того, многим российским компаниям сложно адаптироваться к необходимости перестроить свои бизнес-процессы и корпоративную культуру к требованиям цифровой экономики.

И в заключение необходимо отметить, что успешная цифровизация логистического потенциала в регионе требует рассмотрения его как целостной взаимосвязанной системы.

Список литературы

1. Аксаков А. Цифровизация экономики может принести дополнительно 9 трлн рублей к ВВП РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.eg-online.ru/news/363753/>
2. Аптекман А., Калабин В., Клиңцов В. и др. Цифровая Россия: новая реальность. Июль 2017. Digital / McKinsey [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/images/c/c2/Digital-Russia-report.pdf>.
3. Большая советская энциклопедия: В 30 т. / Гл. ред. А.М. Прохоров. 3-е изд. М.: Сов. энциклопедия (1969–1978), 1975. Т. 20. – 428 с.

4. Коль О.Д. Экономический потенциал туристских предпринимательских структур крупного города: теория и методология оценки: Монография. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2010. 95 с.

5. Развитие интернета в регионах России / Яндекс. 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://yandex.ru/company/researches/2016/ya_internet_regions_2016.

6. Фрейдман О.А. Анализ логистического потенциала региона. Иркутск: ИрГУПС, 2013. 164 с.

7. Цифровизация экономики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bit.samag.ru/chart/more/67>.

УДК 338.2

Комиссаров Максим Александрович
Шульженко Татьяна Геннадьевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

МЕТОДЫ ДЕЛОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Аннотация. В статье рассмотрены условия и критерии эффективности цифровизации логистической деятельности, соотнесенные с этапами внедрения цифровых технологий в практику управления логистическими системами и цепями поставок. Представлен подход к решению задачи цифровизации логистики и управления цепями поставок на примере систем складирования и грузопереработки производственного предприятия, основанный на поэтапной декомпозиции основных технологических процессов с последующим выявлением факторов, управляемых с применением методов делового администрирования и инструментария цифровых технологий.

Ключевые слова: цифровая логистика, стандартизация процессов, складирование и грузопереработка, складские системы, цифровые цепи поставок, деловое администрирование логистической деятельности.

Komissarov Maxim, A.
Shulzhenko Tatiana, G.
Saint-Petersburg State University of Economics

METHODS OF BUSINESS ADMINISTRATION IN TERMS OF DIGITALIZATION OF THE LOGISTIC ACTIVITY MANAGEMENT

Abstract. The article discusses the conditions and criteria for the effectiveness of digitalization of logistics activities, correlated with the stages of implementation of digital technologies in the practice of management of logistics systems and supply chains. The article presents an approach to the problem of digitalization of logistics and supply chain management on the example of warehousing and cargo handling systems of a manufacturing enterprise, based on a

phased decomposition of the main technological processes, followed by the identification of factors controlled by the use of business administration methods and tools of digital technologies.

Keywords: digital logistics, process standardization, warehousing and cargo handling, warehousing systems, digital supply chains, logistics business administration.

Цифровые логистика и цепи поставок рассматриваются сегодня в качестве ключевого фактора развития новых производств инновационного типа, повышения конкурентоспособности в условиях индивидуализации требований потребителей к продукции и услугам. Анализ современных публикаций по цифровой логистике и цифровому управлению цепями поставок позволяет сделать вывод о наличии научных результатов, в целом определяющих понятийный аппарат, предметную область и технологии оцифровывания процессов управления в логистике (например, [3], [7]), однако практически отсутствуют рекомендации поэтапного внедрения принципиально новой модели управления логистической деятельностью в цепях поставок, основанной на инструментарии цифровых технологий. Вместе с тем очевидно, что мгновенный переход к цифровым логистическим системам и цепям поставок невозможен; общая логика внедрения цифровых технологий управления логистической деятельностью должна включать ряд этапов:

- фрагментарная цифровизация – предполагает внедрение цифровых технологий в управление отдельными логистическими функциями. Следует отметить, что основные задачи управления в рамках рассматриваемого этапа определяются выбором предоставляемого цифровыми технологиями инструментария локальной оптимизации показателя результативности, например, сокращение продолжительности составляющих логистического цикла путем принятия оперативных решений по корректировке параметров перевозочного процесса на основе данных по отслеживанию местоположения транспортных средств в режиме реального времени с применением технологии геолокации. Условием перехода к первому этапу цифровизации является высокий уровень развития информационно-коммуникационных систем и технологий управления логистической деятельностью, что позволяет сделать вывод о наличии необходимых предпосылок для его реализации в практике российских предприятий;
- цифровизация макропроцессов, непосредственно связанных с концептуализацией цифровых цепей поставок. В частности, авторы [5] со ссылкой на результаты исследования приложения цифровых технологий для инновационного развития в производственной сфере [9], к числу указанных процессов относят: автоматизированное снабжение производства (automated sourcing), планирование работы производственного подразделения в режиме реального времени (real-time factory scheduling), цифровые производственные процессы (digital production processes), гибкую автоматизацию производства (flexible factory

automation), электронную коммерцию (e-commerce fulfilment), расширенные цепи поставок, отслеживаемые в режиме реального времени (extended supply chain (near) real-time monitoring) и ряд других. Разработка решений по реализации задач данного этапа связана с обеспечением целевых значений основных показателей эффективности: суммарных логистических издержек, продолжительности логистического цикла, надежности и гибкости цепи поставок. По нашему мнению, цифровизация представленных макропроцессов в качестве необходимого условия предполагает предварительное детализированное описание логистических процессов в рамках логистических функций, элементов логистической системы и цепи поставок;

- комплексная цифровизация, связанная с формированием цифровых моделей реальных логистических систем и цепей поставок и их применением в практике управления на основе достоверных и измеряемых данных и научных методов их обработки, а также понятных пользовательских интерфейсов.

Постановка задачи цифровизации управления отдельными логистическими функциями, по нашему мнению, должна основываться на предварительной стандартизации соответствующих логистических процессов. Ключевая роль при этом отводится применяемым методам делового администрирования, включающим процедуры планирования эталонных значений и допустимых границ отклонения параметров процессов и показателей-факторов, процедуры контроллинга текущих значений, меры по корректировке текущих параметров в случае их отклонения от допустимых значений. Предлагаемый подход к описанию процессов основан на их последовательной декомпозиции до элементарных составляющих с последующим выявлением показателей-факторов.

Рассмотрим реализацию предлагаемого решения на примере процессов, протекающих в складской системе производственного предприятия. В качестве критерия эффективности принята величина затрат на функционирование складской системы:

$$C_{\text{скл}} = C_{\text{пр}} + C_{\text{хр}} + C_{\text{отгр}} + C_{\text{вал}} + C_{\text{тр}} + C_{\text{п}}, \quad (1)$$

где $C_{\text{пр}}$ – затраты на процесс приемки; $C_{\text{хр}}$ – затраты на процесс хранения; $C_{\text{отгр}}$ – затраты на процесс отгрузки; $C_{\text{вал}}$ – затраты на увеличение добавленной стоимости; $C_{\text{тр}}$ – транзакционные издержки иных отделов на обеспечение бесперебойной и эффективной работы складской системы; $C_{\text{п}}$ – издержки, связанные с потерями в цепи поставок в связи с отклонениями от нормативов в работе складской системы.

В процессе декомпозиции входящих в формулу (1) компонентов затрат выявляются затраты на подпроцессы и состав влияющих факторов. Например, для основного технологического процесса приемки товарно-материальных ценностей на склад состав подпроцессов определяется из выражения:

$$C_{\text{пр}} = C_{\text{р}} + C_{\text{оп}} + C_{\text{рм}} + \sum(k_{\text{пр}i} \cdot C_{\text{адм}i}), \quad (2)$$

где C_p – затраты на разгрузку; $C_{оп}$ – затраты на оприходование (осмотр кладовщиком, подсчет/взвешивание и прочие операции, приемка по системе); $C_{рм}$ – затраты на размещение; $\sum(k_{при} \square C_{адмi})$ – доля административных затрат процессу приемки.

В свою очередь, затраты на выполнение подпроцесса «Разгрузка прибывающих транспортных средств (C_p)» определяются работой оперативного персонала склада и используемых при выполнении данной операции подъемно-транспортного оборудования (ПТО), что позволяет выявить следующие группы затрат: амортизация подъемно-транспортного оборудования ($C_{ам}$); затраты на силовую электроэнергию (электроэнергию для зарядки аккумуляторных батарей) ($C_{э/э}$); приведенные затраты на плановое техническое обслуживание и текущий ремонт подъемно-транспортного оборудования ($C_{ТО}$ и T_P); заработная плата оперативного персонала ($C_{ЗП}$):

$$C_p = C_{ам} + C_{э/э} + C_{ТО \text{ и } T_P} + C_{ЗП}. \quad (3)$$

Исследование аналитических зависимостей, определяющих значения представленных групп затрат, позволяет сформировать полный состав показателей-факторов, а также выявить группу показателей, подлежащих управлению на основе методов делового администрирования. Кроме того, на данном уровне декомпозиции устанавливается соотношения между управляемыми показателями-факторами и рекомендуемыми к применению инструментами цифровых технологий (табл. 1).

Таблица 1

Факторы, влияющие на стоимостные параметры операции разгрузки транспортных средств на складе (фрагмент)

Группы затрат	Факторы	Рекомендации по применению	
		методов делового администрирования	цифровых технологий
Затраты на силовую электроэнергию (электроэнергию для зарядки аккумуляторных батарей) ($C_{э/э}$)	Стоимость 1 кВт силовой электроэнергии ($C_{э/э}$)	–	–
	Количество циклов работы данного вида ПТО в течение рассматриваемого периода ($N_{ц}$)	+	Геолокация Облачные сервисы
	Продолжительность элементарного цикла работы данного вида ПТО ($t_{ц}$)	+	Геолокация
	Мощность двигателя ($N_{дв}$)	–	–
Заработная плата оперативного персонала ($C_{ЗП}$)	Численность оперативного персонала j-й группы, занятого на выполнении операций по разгрузке внешних транспортных средств (N_{pj})	+	Робототехника
	Среднемесячная заработная плата оперативного персонала j-й группы ($ЗП_{месj}$)	+/-	
	Количество рабочих смен за	+	

	рассматриваемый период ($N_{см}$)		
	Продолжительность рабочей смены ($T_{см}$)	+	

Представленная процедура выполняется циклически для прочих процессов (формула (1)) и подпроцессов (формула (2)) складской системы.

Экспоненциальный рост результативности применения цифровых технологий в управлении логистической деятельностью связан с переходом ко второму этапу цифровизации. Таким образом, ближайшая перспективная задача развития цифровых логистических систем определяется формированием необходимых условий для цифровизации макропроцессов, что, в свою очередь, связано с разработкой научно-методического обеспечения трансформации управления связанными логистическими процессами и элементами логистических систем с использованием инструментария цифровых технологий (табл. 2).

Таблица 2

Выбор инструментария цифровых технологий при управлении складскими системами

Макропроцессы в цепях поставок	Инструментарий цифровых технологий	Задачи управления складскими системами
Автоматизированное снабжение производства (automatede-sourcing)	<ul style="list-style-type: none"> • Технологии управления на основе IoT (Internet of Things – Интернет вещей) • Облачные сервисы 	Управление ресурсами склада (пространственными, технологическими)
Цифровые производственные процессы (digital production processes)	<ul style="list-style-type: none"> • Робототехника • Технологии управления на основе IoT (Internet of Things – Интернет вещей) 	Стандартизация параметров процессов складирования и грузопереработки в зависимости от выбранного критерия эффективности функционирования складской системы
Расширенные цепи поставок, отслеживаемые в режиме реального времени (extended supply chain (near) real-time monitoring)	<ul style="list-style-type: none"> • Технологии геолокации • Технологии управления на основе IoT (Internet of Things – Интернет вещей) 	Управление продолжительностью логистического цикла на складе
Электронная коммерция (e-commerce fulfilment)	<ul style="list-style-type: none"> • Технология сбора и обработки больших данных (Big Data) 	Анализ структуры и параметров потребительских заказов, подлежащих комиссионированию на складе

Анализ представленных в табл. 2 задач управления складской системой, рассматриваемой как часть логистической системы, позволяет сделать вывод о целесообразности дальнейшего использования методов делового администрирования, обладающих инструментарием жесткой регламентации логистических процессов.

Таким образом, в качестве перспективных направлений интеллектуальной поддержки процессов цифровизации управления логистической деятельностью следует рассматривать:

- конкретизацию состава задач и процессов цифровизации логистической деятельности;
- моделирование объектов цифровизации с использованием положений методологии процессного подхода и методов делового администрирования;
- разработку методов и алгоритмов адаптивного управления объектами в цифровых логистических системах и цепях поставок.

Список литературы

1. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. №1632-р.
2. Бойко И.П., Евневич М.А., Колышкин А.В. Экономика предприятия в цифровую эпоху // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18. №7. С. 1127–1136.
3. Бубнова Г.В., Лёвин Б.А. Цифровая логистика – инновационный механизм развития и эффективного функционирования транспортно-логистических систем и комплексов // Internal Journal of Open Technologies. ISSN: 2307-8162. 2017. Vol. 5, no. 3. P. 72–78.
4. Введение в «Цифровую» экономику / А.В. Кешелава, В.Г. Буданов, В.Ю. Румянцев и др.; Под общ. ред. А.В. Кешелава; М.: ВНИИ Геосистем, 2017. 28 с.
5. Куприяновский В.П. и др. Правительство, промышленность, логистика, инновации и интеллектуальная мобильность в цифровой экономике // Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2017. Т. 13. №1. С. 74–96.
6. Куприяновский В.П. и др. Цифровая совместная экономика: технологии, платформы и библиотеки в промышленности, строительстве, транспорте и логистике // Internal Journal of Open Technologies. ISSN: 2307-8162. 2017. Vol. 5, no. 6. P. 56–75.
7. Сергеев В.И., Дутиков И.М. Цифровое управление цепями поставок: взгляд в будущее // Логистика и управление цепями поставок. 2017. №2(79). С. 87–97.
8. Шульженко Т.Г. Когнитивный капитал как ресурсная составляющая транспортно-логистического кластера региона // Логистика – евразийский мост: Материалы 12-й Международ. науч.-практ. конференции. 18–20 мая 2017 г., Красноярск). Ч. 1. Красноярск, 2017. С. 274–279.
9. Application of digital technologies to innovation in manufacturing. FINAL REPORT / Institute for Manufacturing. Education and Consultancy Services Limited, University of Cambridge. 2017.

УДК 658.7

Мясникова Людмила Анатольевна
Саталкина Полина Сергеевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные экологические проблемы и решения в управлении цепями поставок на примере отрасли деревообработки. Раскрывается понятие и цели экологического управления цепями поставок. Осуществляется сравнение достижений мировых лидеров отрасли и отечественных предприятий в эффективности использования ресурсов. Оцениваются факторы принятия инновационных решений в отрасли и намечаются направления развития.

Ключевые слова: цепь поставок, экология, окружающая среда, экологическое управление, лесные ресурсы, водные ресурсы, сертификация, деревообработка, бумажная промышленность.

Myasnikova Lyudmila, A.
Satalkina Polina, S.
Saint Petersburg State University of Economics

ENVIRONMENTAL DECISIONS IN THE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Abstract. The article discusses the current environmental problems and solutions in the management of supply chains on the example of the woodworking industry. The concept and goals of ecological management of supply chains are revealed. Comparison of achievements of world leaders of branch and domestic enterprises in efficiency of use of resources is carried out. The factors of innovative decision-making in the industry are evaluated and the directions of development are outlined.

Keyword: supply chain, ecology, environment, environmental management, forest resources, water resources, certification, woodworking, paper industry.

Выбор методов решения экологических проблем определяется особенностями сфер экономики, в которых они применяются. Отрасль деревообработки (деревопереработки), на примере которой будут рассмотрены актуальные экологические решения, является одним из основных потребителей водных и лесных ресурсов, что определяет ее тесную связь с экологией.

Не секрет, что Россия располагает уникальными природными ресурсами. Богатейшие лесные и, особенно, водные ресурсы, значение которых в мире постоянно возрастает, ставят Россию в привилегированное положение ввиду обострения в мире проблемы недостатка питьевой воды. В течение 20 века население Земли возросло в три раза, а потребление воды – в семь раз. По дан-

ным Всемирной организации здравоохранения (ООН), более 2 млрд людей в мире страдают от нехватки пресной питьевой воды [9]. По объему речного стока, составляющему в среднем 4,3 тыс куб. км в год [1, с. 11], Россия занимает в мире второе место после Бразилии.

Абсолютное первенство у России в мире по объемам запасов древесины. Площадь лесов составляет порядка 8,1 млн кв. км или 49,9% от всей территории страны [8]. Однако основная проблема заключается в нерациональном использовании лесных ресурсов. Для сравнения – при заготовке сопоставимого объема древесины разница в используемой площади в России и Финляндии достигает 5–7 раз [5, с. 3]. Рачительное использование запасов древесины позволяет Финляндии, располагая 1–2% мировых запасов леса, производить до 25% мирового объема бумаги.

Применение экологических решений в управлении цепями поставок способствует развитию экологического управления цепями поставок.

Экологическое управление цепями поставок представляет собой совокупность действий в процессе создания добавленной стоимости, охватывающего все звенья логистической цепи от заготовки сырья до конечного потребления, обеспечивающих реализацию принципа «3R» (Reduce, Reuse, Recycle – уменьшение, повторное использование и переработка). Целью экологического управления цепями поставок можно считать создание конкурентоспособной продукции на основе ресурсосберегающих технологий при условии минимизации экологических рисков и снижения негативного воздействия всех звеньев цепи поставок на окружающую среду.

Достижение результата экологического управления возможно путем:

- выработки стратегии ресурсосбережения в цепи поставок;
- планирования мероприятий по достижению принятой стратегии;
- учета экономических интересов всех участников управления цепями поставок;
- выбора и внедрения ресурсосберегающих технологий;
- осуществления экологического мониторинга и аудита;
- прогнозирования и снижения негативного воздействия вредных выбросов на окружающую среду;
- процедур выдачи разрешений, сертификатов и лицензий на пользование природными ресурсами.

Реализация экологического управления цепями поставок должна осуществляться на всех уровнях – оперативном, тактическом и стратегическом, с преобладанием стратегического, ввиду сложности решения экологических проблем. Это связано не так с технологическими аспектами, как с конфликтом экономических и экологических интересов [6].

В компаниях отрасли деревообработки технологически обеспечивается полный и непрерывный цикл движения потоков ресурсов. Начальным этапом является вырубка леса, далее – его транспортировка и обработка. Заготовленное сырье направляется на переработку (например, целлюлозно-бумажный комбинат, производство фанеры). После чего произведенная продукция (бумага или лесома-

териалы) поступает клиентам, от которых образуемая в процессе потребления макулатура поступает на бумажные фабрики. Таким образом, движение товарного потока является непрерывным, что дает практически безотходное производство.

Лесной сектор, включающий в себя непосредственно лесную, целлюлозно-бумажную и деревообрабатывающую промышленность, а также систему управления лесным хозяйством, относится к ведущим сегментам экономики России. На долю нашей страны приходится более четверти мировых запасов древесины, из которых более половины составляют наиболее ценные хвойные породы. Не нанося ущерба природе и экономике, в стране можно ежегодно заготавливать и перерабатывать около 600 млн куб. метров древесины. Вместе с тем, большая часть формируемых запасов используется неэффективно. Объем заготовки в год не превышает более 120 млн куб. м, что соответствует уровню 1913 г., а из всего объема заготавливаемого леса на переработку идет около 20 процентов. Лесоперерабатывающий комплекс России является одним из самых экспортно-ориентированных и по объемам занимает 4-е место после экспорта газа, нефти, черных и цветных металлов.

Политическая и экономическая ситуация в мире за последние годы привела к ослаблению рубля, снижению цен на нефть, вводу санкций против России и ответных санкций против стран ЕС. Несмотря на то, что лесная отрасль пострадала от введения санкций в меньшей степени, но и ее затронули изменения. Объем необработанной древесины, экспортируемой с территории России, сократился за десятилетие в 2,5 раза, достигнув по итогам 2016 года 20,1 млн кубометров (2007 г. – 49,4 млн кубометров) [2]. Для стимулирования роста объемов переработки леса в России были увеличены вывозные пошлины на круглый лес, что сказалось на изменении соотношения между его производством и экспортом. Если в 2006 году экспорт круглого леса из России составлял около 35% от объема производства, то в настоящее время экспорт составляет около 10% от объема производства. Сложившаяся динамика вызвана тем, что, начиная с 2007 года, Россия дважды повышала вывозные пошлины на круглый лес: с 4 евро до 10 за кубический метр, а затем до 25% от цены поставки (но не менее 15 евро с кубометра круглого леса). Принятые меры способствовали стимулированию лесопереработки внутри страны? и произошло снижение экспорта необработанной древесины, но экспорт пиломатериалов все же увеличился, так как пошлины (7%) были значительно ниже, чем на круглый лес. Однако после вступления России во Всемирную торговую организацию пошлины в рамках квот на экспорт круглого леса были снижены до 13–15%, что вновь привело к росту экспорта круглого леса из страны. Негативно сказалось на динамике рынка и общее снижение цен на круглый лес.

Современные условия требуют сквозного экологического контроля, который должен сопровождать весь процесс управления цепями поставок, начиная от места вырубki леса, включая транспортировку и складирование, далее – обработку, производство бумажной и прочей продукции из древесины и заканчивая процессом утилизации. Экспортирование большей части заготовленного леса, в то время как отдельные отрасли (например, бумажная) испытывают дефицит в ресурсах, свидетельствует о нерациональном исполь-

зовании лесных ресурсов. Основной ущерб в отрасли приносит незаконная и бесконтрольная вырубка деревьев, особенно ценных твердых пород. По данным Всемирного фонда дикой природы (WWF), Россия ежегодно недополучает около миллиарда долларов из-за незаконных лесозаготовок. Максимальный объем нелегальной рубки леса отмечается в Северо-Западном регионе РФ и на Дальнем Востоке, что объясняется близостью основных потребителей экспортного леса. Введенные в КНР ограничения на заготовку древесины внутри страны значительно увеличили спрос на российскую древесину. По данным Федеральной таможенной службы и Росстата, 63 % экспорта круглого леса в 2016 году пришлось на КНР. Значительная доля круглого леса, заготавливаемого на Северо-Западе РФ, импортируется в Финляндию. Суммарно на долю Китая и Финляндии приходится более 70% общего объема экспорта круглого леса.

Для компаний мирового уровня наличие сертификата контролируемой цепи поставок древесины FSC (Forest Stewardship Council – Лесной попечительский совет) является действующей практикой. Поступающее на заводы сырье заготавливается в лесах, управляемых с соблюдением принципа устойчивости. В мире по состоянию на июль 2016 г. по схеме FSC было сертифицировано свыше 191 млн га лесов (1393 сертификата лесопользования) в 81 стране мира и выдано 30762 сертификата цепочки поставок в 118 странах [7]. На конец января 2018 года в РФ сертифицировано 46,05 млн га лесов и выдано 926 сертификатов различного уровня [10]. В настоящее время более 15 % продукции мирового рынка лесобумажной промышленности сертифицировано.

Крупнейшими мировыми игроками в сфере переработки леса и оптовой торговли бумажной продукцией выступают: International Paper Co (США; годовой оборот – 21,99 млрд евро); Norske Skog (Норвегия; 20,36 млрд евро); Stora Enso (Финско-Шведская компания; 11,03 млрд евро); UPM-Kymmene (Финляндия; 11 млрд евро); Abitibi-Consolidated (Канада) и Asia Pulp & Paper (Индонезия; 9 млрд евро).

У России исторически существуют тесные внешнеэкономические связи с Финляндией, где располагаются крупнейшие европейские деревообрабатывающие компании – Stora Enso и UPM-Kymmene. Компании реализуют совместные проекты с Северо-Западным регионом России. Стабильный экспорт в Финляндию объясняется наличием надежных каналов сбыта внутри страны (например, IKEA) и тем обстоятельством, что финские компании играют роль посредников на европейском рынке и покупают лесоматериалы для последующей их перепродажи. Поэтому при сделках с финскими фирмами средние цены по экспортным контрактам на продажу необработанной древесины на 10–30% ниже, чем с компаниями из других стран.

Разработанная UPM глобальная цепочка, включающая лесозаготовку, заводы по производству бумаги и целлюлозы, закупочные и распределительные сети, расположенные по всему миру, позволяет отслеживать поставки для установления легальности происхождения древесного волокна, используемого в бумажной продукции и сертифицированного FSC и PEFC (Pan European Forest Council – Пан-Европейская система лесной сертификации).

Использование данной системы отслеживания способствует упрощению логистической схемы и экспортно-импортных процедур, приводит к увеличению скорости поставок и повышению качества готовой продукции.

По мнению профессора Ричарда Уалдинга из Великобритании, стратегия цепи поставок и реализация принципа устойчивости начинается для компаний с тех ресурсов, которые необходимы всем – это топливо и вода [4]. Широко известно, что процессы деревообработки и особенно производство целлюлозы нуждаются в больших объемах водных ресурсов. Для производства 1 листа бумаги формата А4 используется 10 литров воды. Для обеспечения своей деятельности компания UPM за год потребляет 460 млн кубометров воды из поверхностных водоемов, 22 млн кубометров – из подземных водных пластов и 4 млн кубометров воды из коммунального водоснабжения. Технологические сточные воды составляют 240 млн кубометров [12, с. 62]. UPM производит глобально примерно 125 тыс. тонн твердых отходов в год. Значительными компонентами мусора являются остатки древесины, сточные воды, пыль от коры, волокнистая гуща, натриевая жижа, чернильные стоки, известковые отходы. Несмотря на то, что UPM перерабатывает и заново использует до 90% отходов от обработки, в процессе реализации находится проект «Ноль твердых отходов», цель которого – нулевой вывоз мусора на свалки к 2030 году [11]. Подобного результата компания уже достигла на заводах Австрии и Германии.

Ресурсосбережение должно приводить к сокращению отходов и потерь на этапах заготовки леса, его хранения и транспортировки. При выборочной лесозаготовке определенного вида древесины на лесосеках остаются отходы, которым можно найти эффективное применение. Компании должны использовать отходы древесины в качестве сырья для целлюлозно-бумажного производства или сжигать с целью производства тепловой энергии. Данное сырье широко используется в Финляндии в биоэнергетике. Биоперерабатывающий завод компании UPM (Финляндия) в Лаппеенранте работает на основе процесса гидрообработки, разработанного на самом предприятии.

Транспортировка сырья и готовой продукции как элемент логистической цепи оказывает существенное влияние на окружающую среду. Способы транспортировки древесины зависят от применяемых лесозаготовительных методов. Древесина доставляется потребителю напрямую с лесосеки или через склад. Лесовозы используются для транспортировки небольших объемов древесины на короткие и средние дистанции. По территории России основным средством перевозки древесины является железнодорожный транспорт, средняя дистанция транспортировки леса увеличивается. Доля железнодорожных тарифов в стоимости продукции отрасли составляет около 26%. Конкурентоспособность лесоперерабатывающего комплекса определяется во многом тарифной политикой российских естественных монополий. Высокие железнодорожные тарифы делают невыгодной транспортировку леса из Сибири, что вынуждает лесопромышленные предприятия осуществлять лесозаготовку только на Европейской части России.

Активизация работы в направлении принятия экологических решений в управлении цепями поставок потребует участия и взаимодействия всех заинтересованных сторон, начиная от органов власти всех уровней и заканчивая отраслевыми и корпоративными структурами.

Список литературы

1. Алексеева А.Г. Управление водными ресурсами в Российской Федерации // Строительство уникальных зданий и сооружений. 2015. № 4(31). С. 10–44.
2. Дмитриева Е. Круглый лес из России начал расти в цене / [Электронный ресурс]. Режим доступа: // <http://www.lesonline.ru/analytic/> (дата обращения: 12.02.2018).
3. Какие экологические проблемы есть в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: // <https://news.mail.ru/card/34/> (дата обращения: 20.06.2017).
4. Керн Д. Зеленая цепь поставок [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.facepla.net/the-news/2190-green-chain.html> (дата обращения: 20.05.2016).
5. Майорова Л.П. Рациональное использование древесного сырья как эколого-химическая основа функционирования лесопромышленного комплекса (на примере Хабаровского края): Автореф. дис. на соик. уч. степ. д-ра хим. наук. Владивосток, 2011. 42 с.
6. Мясникова Л.А. Задачи логистики в контексте года экологии // Логистика: современные тенденции развития. Ч. 1: Матер. XV Междунар. науч.-практ. конф. 7–8 апреля 2016 г. / Ред. кол.: В.С. Лукинский (отв. ред.) [и др]. СПб.: Изд-во ГУМРФ им. адм. С.О. Макарова, 2016. С. 238–241.
7. Наша история. Воплощение инновационной идеи [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ru.fsc.org/ru-ru/o_nas/1053107210961072-1080108910901086108810801103 (дата обращения: 14.07.2016).
8. Площадь лесных земель [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.lesonline.ru/les_squares/ (дата обращения: 15.06.2016).
9. Юрков А. Байкал, разлей-вода // Российская газета – Федеральный выпуск. 2014. № 6538 (266) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rg.ru/2014/11/21/baikal.html> (дата обращения: 30.05.2017).
10. Факты и цифры в РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ru.fsc.org/ru-ru> (дата обращения: 10.02.2018).
11. UPM ставит цель к 2030 году снизить до нуля твердые бытовые отходы, поступающие на свалки [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.upm.ru/newsroom/Pages/default.aspx> (дата обращения: 10.07.2017.).
12. UPM Annual Report 2015. Helsinki, 2016. 153 p. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.upm.com> (дата обращения: 15.05.2016).

УДК 338

Печенко Наталья Сергеевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

**ВЗАИМОСВЯЗЬ ИННОВАЦИОННОЙ
И ИНТЕГРАЦИОННОЙ ЛОГИСТИКИ
В ЕВРАЗИЙСКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ СОЮЗЕ**

Аннотация. Эффективная интеграция государств-членов Евразийского экономического сообщества является дополнительным стимулом роста и развития национальных экономик за счет реализации инновационных потенциалов каждого государства.

Ключевые слова: транспортная логистика, интегрированная логистика, инновационная логистика, транспортно-логистическая система, Евразийский экономический союз.

Pechenko Natalya, S.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE INTERDEPENDENCE OF INNOVATIVE AND INTEGRATION LOGISTICS IN THE EURASIAN ECONOMIC UNION

Abstract. Effective integration of the member states of the Eurasian Economic Community is an additional incentive for the growth and development of national economies through the implementation of the innovative potentials of each state.

Keywords: transport logistics, integrated logistics, innovative logistic, transport and logistics system, Eurasian Economic Union.

Сотрудничество государств в рамках Евразийского экономического союза (далее – ЕАЭС) осуществляется на взаимовыгодной основе, которая приносит ощутимую пользу. Интеграция государств является дополнительным стимулом роста и развития национальных экономик за счет реализации инновационных потенциалов каждого государства.

Эффективная региональная экономическая интеграция государств-членов ЕАЭС предполагает наличие транспортной системы, позволяющей сформировать наднациональную транспортно-логистическую систему (ТЛС), в основе которой лежат принципы интегрированной логистики (рис. 1) [3, с. 10].

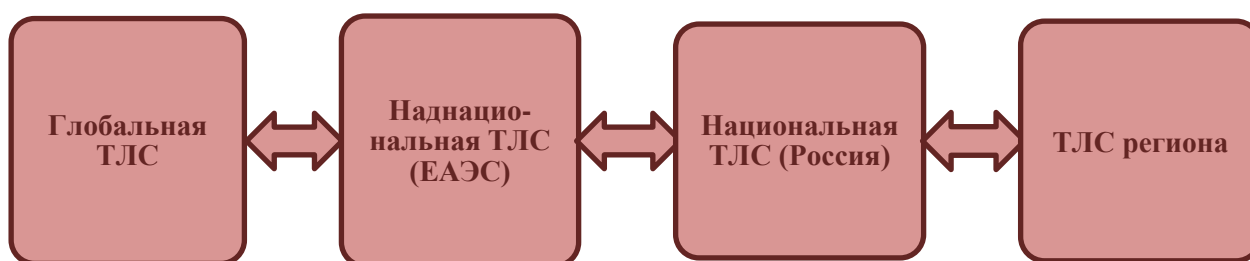


Рис. 1. Иерархия сегментов транспортно-логистической системы

Суть логистической интеграции состоит в консолидации участников товародвижения с целью обеспечения своевременности, бесперебойности, непрерывности потоковых процессов при оптимизации совокупных затрат в единой ТЛС. Целесообразность такой интеграции обусловлена высоким уровнем логистических издержек, связанных с отдалённостью и разобщённостью объектов логистической инфраструктуры.

Каждое государство обладает уникальным сочетанием социально-экономических и природно-климатических факторов, что, в свою очередь, влияет на виды и формы проводимой ими политики, особенности действия логистических посредников, на параметры материальных, информационных и фи-

нансовых потоков. Решающее влияние на синтез логистических структур оказывают транспортные факторы: виды и качество функционирования транспортных коммуникаций, транспортных узлов, терминалов и транспортного сектора в целом.

Ситуация такова, что логистические системы отдельных государств, несмотря на общие подходы к анализу и синтезу подобных систем, существенно отличаются друг от друга конфигурацией, набором логистических посредников, видами и параметрами материальных, финансовых, информационных и сервисных потоков, организацией менеджмента и связи, и т. п.

Интеграция позволяет государствам-членам иметь следующие преимущества [4, с. 5]:

- реализация конкурентных преимуществ на внутренних и внешних рынках государств-членов;
- консолидация ресурсов с целью ресурсосбережения и повышения эффективности их использования;
- координирование национальных приоритетных проектов развития государства с целью взаимного дополнения экономик государств-членов;
- усиления эффектов от реализации взаимных проектов;
- снижения негативных эффектов внешнего воздействия;
- глобальное позиционирование.

Интеграционные механизмы, целью которых является повышение инновационного потенциала государства, является вызовом процессу глобализации государств, в тоже время, региональная интеграция является основным методом роста национальной конкурентоспособности для каждого государства.

В формировании новой инновационной экономики дополнительные возможности и преимущества бизнесу в ЕАЭС открывает право Союза в связи с принятием Положения о формировании и функционировании евразийских технологических платформ (ЕТП).

Евразийские технологические платформы объединяют сотни ведущих национальных научных, промышленных и логистических организаций, планирующих десятки совместных инновационных кооперационных проектов в наиболее перспективных высокотехнологичных сферах.

Использование инструмента ЕТП как одного из важнейших механизмов промышленного сотрудничества государств-членов в научно-технической, инновационной и производственной сферах создаст условия для организации системной работы по аккумулярованию передовых национальных и мировых достижений научно-технического развития, мобилизации научного потенциала государств-членов для совместного решения прикладных задач по разработке инновационных продуктов и технологий, их внедрению в промышленное производство.

Инновационное развитие, на которое в ЕАЭС «сделана ставка», станет основным двигателем экономического роста, а эффективная кооперация позволит выйти промышленным предприятиям на лидирующие позиции по целому ряду высокотехнологичных производств и успешно продвигать совместно про-

изведенную продукцию на рынки третьих стран. В ближайших планах Евразийской экономической комиссии (далее ЕЭК) – развитие деловой инновационной инфраструктуры, интегральной логистической инфраструктуры и создание Евразийской сети трансфера технологий.

Успешное выполнение задач может обеспечить дополнительный прирост ВВП ЕАЭС к 2030 г. на 210 млрд долл. США в текущих ценах. Эффект от участия в ЕАЭС к 2030 г. для ряда государств-членов оценивается до 13% дополнительного прироста ВВП [4, с. 91].

Потенциал (накопленный к 2030 г. эффект) привлечения инвестиций из третьих стран за счет масштабов рынка и привлекательности интеграционных проектов может составить 90 млрд долл. США, роста объемов ненефтегазового экспорта ЕАЭС – 71,3 млрд долл. США (прирост 11,6%). За счет создания условий для роста деловой активности объем взаимной торговли продукцией промежуточного потребления может вырасти на 80%.

Основные источники интеграционного роста ВВП государств-членов и ЕАЭС в целом:

Рост взаимной торговли будет обеспечиваться за счет постепенного устранения барьеров, сокращения изъятий и ограничений и создания условий для роста деловой активности. Потенциал увеличения взаимной торговли товарами обрабатывающей промышленности (без нефтепродуктов) может достичь двукратного размера. Ожидается увеличение взаимной торговли товарами промежуточного потребления, что положительно отразится на эффективности использования национальных ресурсов и уровне их переработки внутри Союза.

Рост ненефтегазового экспорта и сокращение доли импорта из третьих стран в результате диверсификации ассортимента производимых товаров и услуг, а также реализации на совместной основе инфраструктурных, промышленных, инновационных и др. проектов. Выгоды от импортозамещающих процессов в ЕАЭС, согласно расчетам ЕЭК, могут быть, как правило, больше эффекта от потенциального наращивания экспорта.

Рост прямых иностранных инвестиций (взаимных и из третьих стран). Инвестиции будут привлекательными, в первую очередь, благодаря большому объему общего внутреннего рынка и возможностям использования конкурентных преимуществ государств-членов. Фактически динамика показателей будет зависеть как от степени реализации потенциала экономического сотрудничества, так и от спектра мер, принимаемых в государствах-членах в соответствии с национальными стратегиями экономического развития.

В целом к 2030 г. результаты экономического развития ЕАЭС должны продемонстрировать мировую конкурентоспособность интеграционного объединения. ЕАЭС должен быть активно представлен в складывающейся уже в настоящее время системе «интеграция интеграций» – системе взаимодействия и решения глобальных проблем на уровне интеграционных объединений.

Долгосрочное развитие ЕАЭС будет способствовать совершенствованию структуры экономик государств-членов и строиться на лучших практиках регулирования для повышения конкурентоспособности экономики. Представляется, что такой инновационный импульс мог бы существенным образом укрепить по-

зиции ЕАЭС как центра экономического притяжения, придать евразийскому интеграционному проекту новую динамику.

Список литературы

1. *Афанасенко И.Д., Борисова В.В.* Логистика в системе совокупного знания. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013.
2. Основы логистики: Учебник для вузов / Под ред. *В. Щербакова*. СПб.: Питер, 2009. 432 с.
3. *Девятков В.В., Девятков Т.В.* Транспортно-логистические системы регионов в странах ЕАЭС – состояние, перспективы развития и взаимодействия // Проблемы современной экономики. 2016. №4(60). С. 9–13.
4. Евразийский экономический союз: новая реальность – новые возможности / Под общ. ред. *Валовой Т.Д.* М., 2017. 168 с.

УДК 330.3

Плешиц Степан Григорьевич
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ПРАКТИЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГИСТИКИ В ПРОИЗВОДСТВЕННО-КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ТРАНСПОРТНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. К настоящему времени наука и практика логистики выполняет функции транспортного обеспечения экономики и не может рассматриваться как альтернатива снабженческо-сбытовой деятельности.

Ключевые слова: транспортная доступность, логистика, перевозки, транспортная инфраструктура, транспортный аутсорсинг.

Pleshchits Stepan, G.
Saint-Petersburg State University of Economics

PRACTICAL USE OF LOGISTICS IN THE PRODUCTION AND COMMERCIAL ACTIVITIES: TRANSPORT SUPPORT THE ECONOMY

Abstract. To date, the science and practice of logistics performs the functions of transport service of economy and cannot be considered as an alternative supply and marketing activities.

Keywords: accessibility, logistics, transport, transport infrastructure, transport outsourcing.

К настоящему времени основное содержание логистики исчерпало свой жизненный цикл. С самого начала (1993 г.) логистика стала засоряться посторонними предметами, имеющими косвенное или отдаленное отношение к логистике. В связи с этим появились «логистики»: отдыха и досуга, фондовая «логистика»,

банковская «логистика», «зеленая логистика», «логистика» развития, цифровая «логистика» и другие подобные. Логистика основывается на потоковой концепции и отражает «движение экономической материи» [1]. А поэтому к логистике можно «притянуть» что угодно, поскольку многие экономические процессы вполне могут интерпретироваться в виде потоков.

Пропаганда логистических знаний среди работников не получала должного интереса и отклика, поскольку исчезли трудности со снабжением, а сбыт скорее связывался с маркетингом и меньше всего – с логистикой. До настоящего времени практические работники – менеджеры и специалисты – имеют лишь приближенное представление о логистике.

Для выявления осведомленности о логистике был проведен опрос среди работников производственных и торговых предприятий. Результаты указанного опроса представлены в табл. 1.

Таблица 1

Представление и осведомленность о логистике

№ п/п	Представления о логистике	%%
1	Транспортные процессы и услуги, экспедирование и перемещение продукции	46
2	Транспортная доступность предприятия, подъездные пути и эксплуатация дорог	32
3	Формирование и поддержание запасов на необходимом уровне	16
4	Закупки товаров для производственно-коммерческой деятельности	4
5	Сбыт, продажи и обслуживание покупателей	2
	Итого	100

Опрос проводился в профессиональной среде. Большинство логистику ассоциирует с транспортом (78%). И только меньшинство опрошенных (6%) такие процессы как «закупки» и «продажи» относят к логистике.

Совершенно не по делу используется ключевое понятие логистики – цепи поставок, поскольку в российской экономике на практике цепи поставок не получили признания и распространения. Повсеместно действует принцип: «поставщик моего поставщика – не мой поставщик». (Исключение составляют некоторые поставки ВПК благодаря наличию представителей заказчика – военпредов; элементы цепей поставок наблюдаются в строительстве).

С точки зрения теории, объектами управления могут быть только *системы*: для того, чтобы управлять, необходимо предварительно сформировать систему – в рассматриваемом случае – *цепь поставок*.

В цепях поставок воплощена потоковая концепция логистики в виде экономических потоков. Однако во многих случаях любая последовательность предприятий, занятых в хозяйственных отношениях, без должного на то основания стала именоваться цепью поставок: совокупность предприятий – это ещё не цепь поставок в логистическом смысле.

На интегрированном рынке совокупность предприятий функционирует как цепь поставок как система, только при взаимодействии всех участников цепи. Такое взаимодействие достигается с помощью использования *логистических концепций*, среди которых определяющую роль играет концепция SCM «Управление цепями поставок» [5, с. 7–17].

Логистические концепции от SCM до VMI выполняют функции своеобразного *оператора*, который все звенья объединяет – интегрирует – в систему [6, с. 18–28].

Отмеченные признаки реальных цепей поставок на практике не осуществляются. Предприятия функционируют независимо друг от друга, ориентируясь на свои собственные интересы, т.е. «цепь» в виде системы не образуется. Концепцию SCM «Управление цепями поставок» следует признать неудачным заимствованием, поскольку таковых в реальности нет. Для западной экономики с её многолетним опытом использования логистических концепций применение SCM вполне обосновано.

Итак, во что трансформировалась логистика и каково её современное состояние? Из всего изложенного можно сделать следующие выводы:

1. Логистика меньше всего считается альтернативой и синонимом материально-технического снабжения; такое положение вызывает сомнение в необходимости логистики как самостоятельного вида деятельности с таким названием в снабженческо-сбытовой деятельности.
2. Не соблюдается требование, согласно которому материальными ресурсами должно обеспечиваться только конкурентоспособное производство.
3. Трудности, возникающие с реализацией готовой продукции, персонал службы сбыта не связывают с логистикой – в сбытовой деятельности приоритет отдается маркетингу.
4. В действующей номенклатуре должностей отсутствуют должности с наименованием «логист» или «логистический» – такое же положение наблюдается и в штатных расписаниях производственных и торговых предприятий.
5. В целом логистика вернулась к своей доминанте – перемещению и транспортировке. К настоящему времени логистика в большинстве случаев связывается именно с транспортом и с доставкой продукции.

Представляется нецелесообразным выделять транспортную логистику и транспортно-логистические процессы, поскольку указанные термины по содержанию носят тавтологический характер. В этих выражениях усматривается очередная попытка популяризации логистики.

В работе «Корпоративная логистика» (под ред. В.И. Сергеева) изложены основные положения транспортной логистики [2, с. 302].

Таким образом, подготовка к организации и осуществлению перевозок требует затрат высокопрофессионального труда персонала специализированных служб и организаций (фирм). На практике вся эта работа, будучи весьма сложной и ответственной, в той или иной мере связывается с логистикой. Более того, работники, занятые перевозочным процессом, полностью сознают, что их деятельность является логистической.

Частью собственно логистики, т.е. её транспортной сущности, является система *кросс-докинг*.

Кросс-докинг (*cross-docking*) означает «прямую стыковку» – процесс приёма и отгрузки товаров и грузов напрямую, без размещения в зоне долговременного хранения.

Примечательно, что многие операции и процессы, будучи по своей сущности логистическими, применяются в хозяйственной деятельности под самыми разными названиями. Система кросс-докинг под названием «прямой вариант» издавна применяется на водном транспорте. В морских и речных портах выполняются погрузочно-разгрузочные работы по прямому варианту: перегрузка грузов осуществляется непосредственно из трюмов судна в железнодорожные вагоны (вариант «судно–вагон») или из вагонов прямо в трюмы судов (вариант «вагон–судно»).

В логистике предусматриваются особые запасы:

- транспортные запасы;
- грузы, находящиеся в подвижном составе;
- грузы, ожидающие погрузки на транспорт;
- грузы, ожидающие вывоза автомобильным транспортом;
- грузы, предназначенные таможенному досмотру;
- грузы карантинного хранения;
- консигнативные запасы;
- запасы топлива, запасных частей и прочего снабжения.

Следует отметить, что производственные и товарные запасы, а также запасы незавершенного производства, предназначены для изготовления и реализации продукции, дислоцированы на промышленных и торговых предприятиях и не относятся к логистике.

Итак, что следует считать логистикой в современных условиях?

Логистика – это транспортировка и все, что связано с ней и со всей инфраструктурой, или транспортное обеспечение производственно-коммерческой деятельности. Отсюда следуют основные процессы и составляющие логистики:

- дислокация объектов транспортного обслуживания;
- наличие магистральных и подъездных путей и дорог;
- достаточная провозная способность подвижного состава;
- рациональные траектории и маршруты следования;
- производительное перегрузочное оборудование;
- запасы и склады в процессах транспортировки;
- пропускная способность (мощность) сооружений и оборудования;
- охрана и сохранность груза;
- страхование груза и подвижного состава;

- энергоснабжение снабжение: источники энергии и топлива в полном объеме;
- недвижимостная производственная и офисная транспорта;
- информация, сигнализация и диспетчеризация;
- транспортно-экспедиторское обслуживание клиентуры;
- специальные методы перевозки и доставки продукции (экспресс, интер- и мультимодальные, кросс-докинг, «от двери до двери» и др.);
- полезность коммерческая транспортных процессов;
- техническое обслуживание и ремонт на транспорте;
- техника безопасности и комфортные условия для персонала.

Некоторые операции транспортного процесса могут выполняться специализированными предприятиями в порядке аутсорсинга (например, техническое обслуживание и ремонт, экспедирование, бункеровка и АЗС и др.).

Большинство логистических процессов и операций является объектами специального лицензирования. Лицензируемая деятельность отражает логистическую специфику каждого вида транспорта и его соответствие требованиям доступности для клиентуры. В качестве примера приводятся лицензируемые виды деятельности морского транспорта [3]:

- 1) перевозка грузов;
- 2) перевозка пассажиров;
- 3) буксировка судов и иных плавучих объектов;
- 4) агентское обслуживание судов;
- 5) шипчандлерское обслуживание судов;
- 6) сюрвейерское обслуживание;
- 7) складские операции;
- 8) погрузочно-разгрузочные работы;
- 9) обслуживание пассажиров на территориях и акваториях портов;
- 10) проводка судов лоцманами и береговыми службами управления движением судов (СУДС);
- 11) техническая подготовка операторов СУДС;
- 12) транспортно-экспедиторское обслуживание;
- 13) брокерская деятельность по всем видам фрахтования судов.

Для логистики должно действовать правило: «Продукт не считается законченным, если он не доставлен потребителю». Всё следует называть своими именами. Современная логистика включает основные разделы:

- 1) транспортные системы и процессы в экономическом пространстве;
- 2) транспортный функционал экономики;
- 3) транспортная отрасль материального производства;
- 4) транспортная инфраструктура: производственная, социальная и институциональная;
- 5) транспортное обеспечение производственно-коммерческой деятельности на микроэкономическом уровне;
- 6) транспортная доступность для клиентуры – юридических и физических лиц.

В таком понимании логистика характеризуется четко выраженными научными и практическими границами, является научной и учебной инженерно-экономической дисциплиной. Все отмеченное определяет необходимость возрождения высшего инженерно-экономического образования.

Список литературы

1. Афанасенко И.Д., Борисова В.В. Логистика в системе совокупного знания. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013. 395 с.
2. Корпоративная логистика / Под общ. и науч. ред. В.И. Сергеева. М.: ИНФРА-М, 2005. 976 с.
3. Лицензиаты морского транспорта Российской Федерации. СПб.: АО «ЦНИИМФ», 1996. 397 с.
4. Логистика / Под ред. В.И. Сергеева. М.: Эксмо, 2009. 944 с.
5. Плоткин Б.К., Гогин Д.Ю. Предпринимательский функционал логистики. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. 325 с.
6. Плоткин Б.К. Экономика: предпринимательство, логистика и цепи поставок. СПб.: Изд-во Инфо-да, 2015. 131 с.

УДК 332.135

Рундыгина Дарья Дмитриевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК В ИЗДАТЕЛЬСКО-ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Аннотация. В статье описываются направления развития издательско-полиграфической отрасли. Рассмотрены три варианта цепей поставок в книгоиздании. Рассмотрены перспективы развития и проблемы в каждой группе. Рассмотрены предпосылки появления и развития новых вариантов.

Ключевые слова: логистика, офсетная печать, цифровая печать, электронные книги, цепи поставок.

Rundygina Darya, D.
Saint-Petersburg State University of Economics

MODERN TENDENCIES IN THE FORMATION OF SUPPLY CHAINS IN THE PUBLISHING AND PRINTING INDUSTRY IN CONDITIONS OF DIGITALIZATION

Abstract. The article describes the directions of development of the publishing and printing industry. Three variants of supply chains in the book publishing industry are considered. Prospects of development and problems in each group are considered. The prerequisites for the appearance and development of new variants are considered.

Keywords: logistics, offset printing, digital printing, e-books, supply chains.

На сегодня цифровые технологии определяют развитие и изменение множества сфер. Одной из наиболее изменяющихся является сфера книгоиздания. Это связано с развитием двух технологий. Первая – цифровая печать, позволяющая стандартизировать книги для печати от одного экземпляра. Вторая – электронные издания, заменяющие классическую книгу с развитием и доступностью различных устройств, позволяющих читать книги.

Как у любой технологии, у этих технологий есть плюсы и минусы и связанные с ними сложности, и возможности.

Рассмотрим новые варианты цепей поставок в книгоиздании, которые стали возможны с появлением таких вариантов издания.

В таких ситуациях книгоиздание перестает быть изменением материального потока параллельно с информационным. Книгоиздание переходит в информационную сферу.

Тенденции формирования цепей поставок демонстрируют стремление к интегрированному управлению цепью поставок, а также распространение аутсорсинга. Чаще это касается аутсорсинга деловых процессов (бизнес процессов, ВРО – Business Process Outsourcing), практически проявляющегося, в частности, в появлении структур типа 4 PL [3]. Это приводит к появлению большого количества участников. Отсутствие доверительных отношений не способствует созданию долгосрочных отношений, которые отличают аутсорсинг от аренды. Таким образом, существует противоречие между стремлением к интеграции и децентрализацией через аутсорсинг. Большое количество исполнителей приводит к повышению рисков и потере контроля над исполнением. Потребитель требует быстрого и надежного ответа на свои потребности в любой сфере. Итак, в книгоиздании развитие цепи поставок идет по пути интеграции звеньев и сокращения количества участников. Это связано с использованием разных видов издания и печати книг.

Начнем с цифровой печати. Небольшие тиражи – это возможность издать книгу малоизвестную и невостребованную, так как такие книги издают авторы за свой счет, и оплатить печать и распространение 500 экземпляров им не выгодно. Высокие риски. Цифровая печать позволяет получить несколько экземпляров книги за короткий срок и далее получать дополнительно необходимый тираж. При наличии стандартизированного макета книга печатается по требованию (вытягивающая система) и оплачивается покупателем, включая затраты на доставку и хранение.

За последние годы доля цифровой печати резко увеличилась на 45%. Раньше существовало большое количество предприятий, использующих разные виды печати, сегодня популярными становятся типографии, применяющие отдельно цифровые машины. Так, в Москве 49,6% типографий используют офсетную печать, в Санкт-Петербурге – 49,5%. Цифровую печать используют в Москве 73,8 % и в Санкт-Петербурге 69,5% [7, с. 71].

Альтернативой такого заказа может быть электронная версия книги. Как правило, книги публикуются на сайте магазина или издателя в двух форматах параллельно. У покупателя есть возможность купить книгу в электронном формате или получить ее же по заказу в физическом варианте книги.

Это очень выгодно для продавца, так как у него нет запаса, который омертвляет материальные средства и повышает риск недополучения дохода за книги, не пользующиеся спросом. Также продавец не оплачивает доставку книги и ее хранение. Для покупателя это тоже удобный вариант. Нет необходимости идти в магазин, есть выбор между электронным изданием и классической книгой, что позволяет сэкономить, также нет наценки книжного магазина, которая иногда делает книгу в два или три раза дороже ее себестоимости. Авторы получают возможность выйти на широкую аудиторию без высоких издержек и рисков.

Возможные сегодня цепи поставок в книжном деле можно условно разделить на две группы. Первая группа состоит из цепей, использующих офсетную печать. Это всегда классическое книгоиздание с тиражом минимум 100 экземпляров. Разница состоит в количестве участников и функциях каждого звена.

Вторая группа цепей поставок представлена цепями, которые стали возможны с появлением цифровой печати и электронного книгоиздания.

Вторую группу можно условно разделить на цифровое книгоиздание (малые тиражи) и электронное. Почти все издательства стараются совмещать все три способа издания, изменяются остальные участники создания книги. Информационный поток в неизменном по содержанию виде проходит через несколько этапов.



Рис. 1. Цепи поставок в издательско-полиграфической отрасли с использованием офсетной печати

Каждая группа имеет свои слабые стороны и потенциальные возможности распространения в отрасли.

Начнем с классической книги и больших тиражей. Последние годы сильно изменили размер «больших тиражей». Если раньше тираж 100 экземпляров был маленьким, то с появлением тиражей от 1 экземпляра, тираж 100 экземпляров становится достаточно крупным для выбора в пользу офсетной печати. Самым слабым местом офсетной печати является затратность. Подготовка оборудования составляет большую часть стоимости, поэтому стоимость одной книги зависит от объема тиража. Чем больше книг, тем выгоднее печать. Сегодня мало спроса на крупные тиражи, так как распространение через магазины невыгодно и трудоемко, а хранение дорого. Офсетная печать обладает преимуществами в возможностях форматов и переплетов, поэтому остается востребована. Также при печати больших тиражей значительно дешевле печать на цифровых машинах, где стоимость книги не связана с количеством.



Рис. 2. Цепи поставок в издательско-полиграфической отрасли с использованием цифровой печати и электронных книг

Цифровая печать имеет множество ограничений по формату, бумаге, переплету, если рассматривать быструю печать. Макеты стандартизированы, чтобы избежать затрат на установку оборудования на новые тиражи. Главное достоинство цифровой печати – возможность печатать один экземпляр и скорость. Только цифровая печать позволяет заказывать книгу через интернет и получать ее через 1–3 дня, без затрат на хранение.

Многие скептики считают, что цифровая печать может вытеснить аналого-ги, но это требует большого рывка в этой области.

Офсетная печать не может быть заменена по ряду причин, одна из них заключается в многообразии форм, возможных на офсетной машине.

Третья группа – это электронные книги. Сегодня эта область находится в трудном положении. Это очень удобно, распространение техники позволяет скачать книгу на любое устройство для чтения. Эти книги дешевле бумажных, доступнее. Такую книгу можно издать любому автору. С другой стороны, это снижает порог выхода на рынок, приводит к большому количеству некачественной литературы в интернете. Многие не могут отказаться от бумажной книги. Также не все понимают, зачем платить за электронную книгу и какая разница между книгой и документом. Пиратские книги пользуются спросом и заставляют многих авторов издавать и бумажную книгу, чтобы получить гонорар. Также электронные издания не стоят в одном ряду с книгами в классической форме. Многие издания невозможны в таком формате.

Таким образом, информационный поток становится базовым в ходе издания книги. Оптимизация управления и цепей поставок может сделать успешным любой метод издания, так как основными требованиями книжного дела сегодня становится скорость и цена книги. Представленные цепи поставок показывают разнообразие возможностей в отрасли для снижения цены и увеличения скорости исполнения. Новые технологии упрощают процесс издания, делают его более доступным для всех заказчиков, это приводит к сокращению числа участников процесса, объединению и поглощению компаний в отрасли.

Список литературы

1. *Гвилия Н.А.* Интегрированное планирование цепей поставок: Учеб. пособие. СПб.: СПбГЭУ, 2013. 58 с.
2. *Гвилия Н.А., Клочков В.Н.* Формирование цепей поставок корпораций в условиях глобализации экономики // *Инновационная деятельность*. 2011. №4–2(18). С. 79.
3. *Зайцев Е.И., Парфенов А.В., Уваров С.А.* Процессная модель формирования цепей поставок / *Логистика и управление цепями поставок*. 2012. № 2(49) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.lscm.ru/index.php/ru/po-godam/item/793> (дата обращения: 05.02.2018).
4. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития: Отраслевой отчет 15.06.2016 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2015/bookmarket.html>
5. *Коган А.Ф., Сократова Т.С.* Книжный бизнес в России: состояние и перспективы: Монография. М.: Изд-во МГУП, 2010. 530 с.
6. *Крылова М.Д.* Логистика в книжном деле. М.: Изд-во МГУП, 2010. 319 с.
7. Российская полиграфия. Состояние, тенденции и перспективы развития: Отраслевой доклад 26.04.2016 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2016/poligrafiya.html> (дата обращения: 05.02.2018).

УДК 658.7

Сандрикова Динара Вагифовна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

МОДИФИЦИРОВАННЫЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению механизмов управления экономическими потоками в логистических системах выставочной деятельности. Обращается внимание на взаимодействие выставочного и логистического инструментариев и особенности проектирования выставочных логистических систем.

Ключевые слова: выставка, выставочная деятельность, логистический инструментарий, логистическая система.

Sandrikova Dinara, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

MODIFIED MECHANISM OF MANAGEMENT OF LOGISTIC SYSTEMS OF EXHIBITION ACTIVITY

Abstract. The article is devoted to the consideration of mechanisms of management of logistical flows in logistic systems of exhibition activity. Attention is drawn to the interaction of exhibition and logistics tools and the design features of exhibition logistics systems.

Keywords: exhibition, exhibition activity, logistics tools, logistics system.

Для современной науки и практики рассмотрение событийных мероприятий с позиции применения логистического подхода обретает особую актуальность. Это обусловлено тем, что взаимодействие логистического инструментария с менеджментом выставочной деятельности способствует экономии совокупных затрат на организацию выставок и как следствие повышает экономическую эффективность выставочных мероприятий в целом. Современный инструментарий логистического менеджмента позволяет обеспечить непрерывность поставок выставочных образцов и оборудования, создаёт благоприятные условия для поддержания стандартов качества образцов и оборудования при минимизации общих логистических издержек.

В литературных источниках логистизация рассматривается как процесс поэтапной эволюции используемых в управлении бизнесом логистических подходов, методов, концептуальных схем и парадигм с целью его оптимизации, эффективного функционирования и развития.

Применительно к организации выставочной деятельности логистизация позволяет обеспечить следующие преимущества:

1. Обеспечение рационального соподчинения и логистической оптимизации связей между предприятиями-участниками логистической системы организации выставочной деятельности.
2. Приведение в соответствие совокупности материальных, информационных и финансовых потоков в областях снабжения, производства и распределения за счет межорганизационного и межфункционального согласования действий выставочной компании как ядра логистической системы с ее партнерами и потребителями выставочных услуг с целью повышения качества услуг, минимизации общих затрат и получения взаимных выгод.

В современных условиях предпосылками перехода экспобизнеса к инновационной ступени логистизации послужили такие факторы, как:

- появление и практическое применение информационно-телекоммуникационных систем нового поколения, существенно повысивших возможности управления и контроля бизнес-процессов в организации выставочной деятельности;
- усиление интеграции между контрагентами-участниками логистической системы выставочной деятельности;
- осознание логистики как фактора конкурентных возможностей всех участников системы экспобизнеса в целом.

Современный инструментарий логистики позволяет выработать комплексное решение по развитию системы организации выставочной деятельности с учетом своевременности и качества удовлетворения нужд экспонентов и потребителей выставочных услуг. Использование методов логистики в экспобизнесе связывает воедино все бизнес-процессы и обеспечивает возможность разработать единое комплексное решение по развитию всей логистической системы организации выставочной деятельности с учетом полноты, своевременности и качества удовлетворения нужд экспонентов и потребителей выставочных услуг. Проектирование логистической системы выставочной деятельности возможно за счет применения общих логистических принципов. Ключевыми принципами, связанными с использованием логистического подхода в организации выставочной деятельности, являются принципы системности, целостности и оптимальности суммарных издержек, что позволяет рассматривать поточную организацию экономической материи в организации выставочной деятельности в комплексе и с системных позиций.

В отличие от классических логистических систем, логистическая система организации выставочной деятельности демонстрирует поточную организацию взаимоотношений между экспонентами и потребителями выставочных услуг, цели которых могут быть совершенно разными. На схеме показано движение материальных и информационных потоков между экспонентами и потребителями выставочных услуг в системе выставочной логистики (рис. 1).

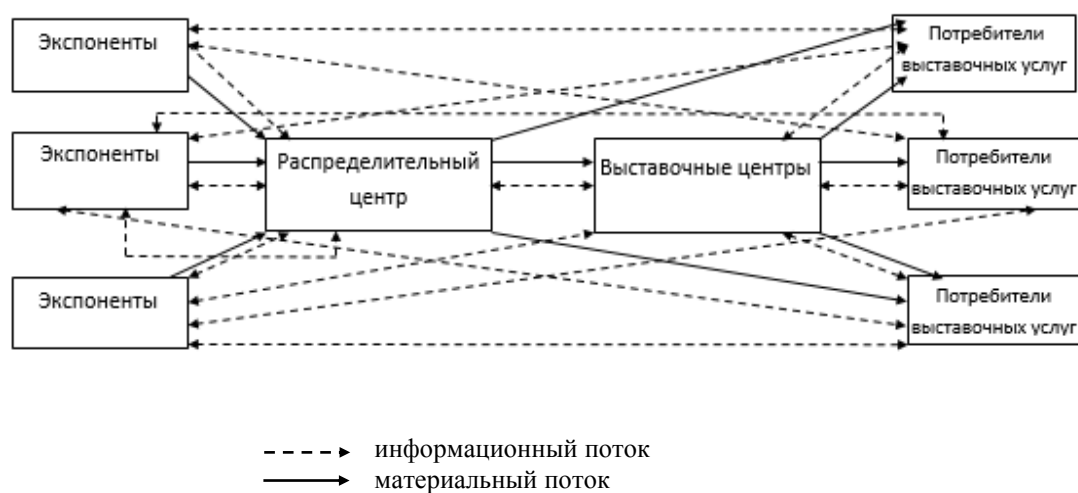


Рис. 1. Логистическая система организации выставочной деятельности

Подобная система отличается развитостью связей с внутренней и внешней средой выставочного бизнеса, что позволяет ей быть организованной и динамичной. Межорганизационная логистическая координация позволяет данной системе быть также одновременно целостной и делимой. Звенья такой логистической системы всегда остаются относительно независимыми, что позволяет обеспечивать разграничение их функций в процессе организации выставочной деятельности. Важно обращать внимание на синергетический эффект, достигаемый благодаря взаимосвязи отдельных элементов такой системы.

На сегодняшний день создание распределительного центра в центре организации выставочных мероприятий позволяет сократить затраты времени и денег, связанные с доставкой выставочного оборудования и образцов. Такие центры выполняют функции хранения и поставки товара; сборки оборудования, поставленного частями; таможенного оформления образцов, поставленных с помощью таможенной процедуры временного ввоза. Практический опыт свидетельствует о том, что, когда распределительные центры обслуживают не только выставки, но и другие звенья системы, формируется более сложная логистическая цепочка сетевого типа (рис. 2).

Таким образом, логистическая система организации выставочной деятельности также может быть представлена в виде сетевой модели. В этом случае использования методов логистики позволяют оптимизировать процесс движения информационных, финансовых, материальных и других ресурсов на отрезке времени от запуска выставочного проекта до их преобразования в выставочные услуги и их доведения до потребителей.

Например, оптимизационный инструмент логистики позволяет обеспечить согласованность работы подрядчиков и партнеров с выставочной организацией, рационализировать процессы снабжения материально-техническими средствами и кадровыми ресурсами достичь рационального использования всех ресурсов; осуществить целостную оптимизацию действий по производству выставочных услуг. В результате это позволяет добиться значительно лучших результатов, нежели изолированное рассмотрение отдельных областей выставоч-

но-ярмарочной деятельности. При этом важно обратить внимание на то, что управленческие функции могут выполняться каждым из звеньев данной логистической системы самостоятельно при условии удовлетворения общего критерия – оптимизации сквозного потока как единого целого.

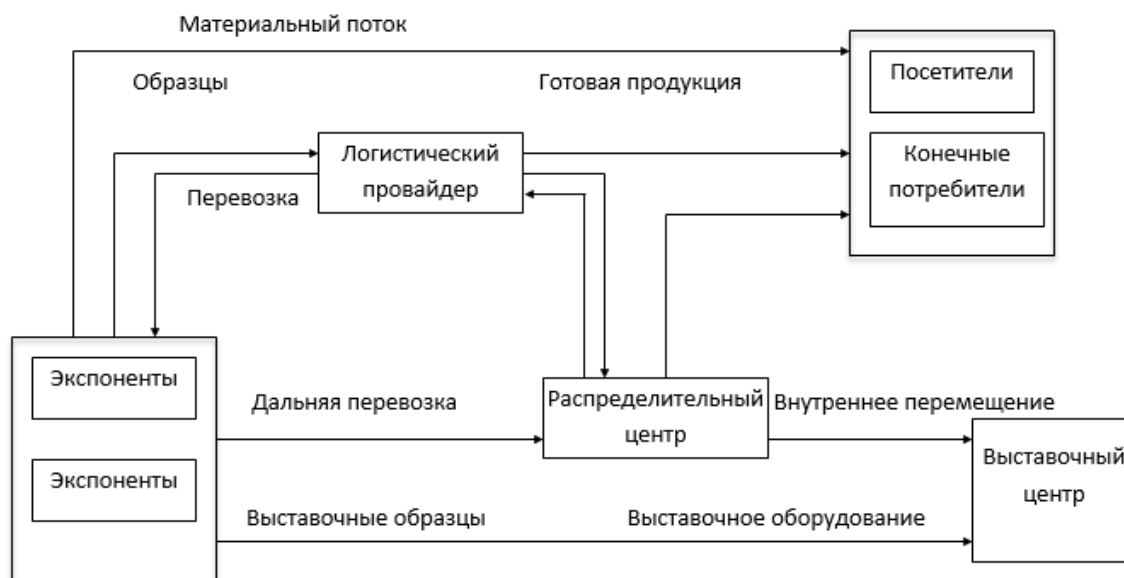


Рис. 2. Сетевая модель логистической системы выставочной деятельности

Логистический подход позволяет осуществлять координацию всех стадий создания выставочных услуг как совокупного процесса движения материалов, финансов и информации.

Рассмотрим преимущества, получаемые экспобизнесом в условиях применения логистического подхода:

1. Снижение совокупных издержек участников логистической системы выставочной деятельности.
2. Рост качества выставочных услуг.
3. Оптимизация использования материального, финансового и информационного потенциала.

Одним из центральных понятий в логистике является понятие потока – проявления триединого времени; формы экономической материи; самодвижения, когда все само собой несется. Данное понятие является исходным понятием науки логистика, которое содержит в себе все дальнейшее развитие науки логистика в целостную систему научного знания [1, с. 396]. Применительно к выставочной деятельности логистические потоки представляют собой направленное движение экономической материи, подвергающееся взаимозависимым и взаимообусловленным преобразованиям, совершаемое с целью доведения выставочных услуг до конечных их потребителей. Зарождение логистических потоков происходит в момент разработки идеи выставочного проекта. В процессе

своего движения логистические потоки выставочного бизнеса проходят через предприятия-составляющие системы экспобизнеса и их подразделения. В процессе движения содержание потоков трансформируется и в итоге создаются выставочные услуги для конечного потребителя. Основными логистическими потоками, существующими в системе экспобизнеса, являются материальные, финансовые и информационные (см. рис.)

Материальным потоком принято называть форму организации и движения предметных логистических объектов, видоизменяющихся в зависимости от функциональных областей логистики. Материальным потоком в системе экспобизнеса будем считать экспозиционное пространство, строительные конструкции, комплектующие и детали, трансформируемые в процессе применения к ним определенных логистических операций в объекты и изделия, связанные с созданием выставочных услуг, например, выставочные стенды, павильоны и непосредственно экспозиции.

Информационным потоком в сфере создания выставочных услуг можно назвать поток сообщения данных в бумажной и электронной форме, сопутствующий материальному и финансовому потокам, циркулирующий между выставочным бизнесом и потребителями конечных выставочных услуг. Экспозиционная площадка в момент проведения выставочных мероприятий выступает местом слияния информационных потоков и формирования общего информационного пространства.

Финансовым потоком в сфере организации выставочной деятельности выступает направленное движение финансовых ресурсов в процессе создания выставочных услуг, связанное с материальными и информационными потоками. Финансовые потоки формируются из распределенных во времени денежных потоков, циркулирующих между потребителями выставочных услуг, выставочной организацией, субподрядчиками и арендодателями стендов и выставочных площадей.

Таким образом, применение логистического инструментария в организации выставочной деятельности предприятий целесообразно для минимизации общих логистических издержек и максимизации прибыли как экспонентов, так и организаторов экспомероприятий. Актуальность логистизации выставочной деятельности возрастает в условиях формирования совместных технологических платформ цифрового типа.

Список литературы

1. *Афанасенко И.Д., Борисова В.В.* Экономическая логистика: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2013. 428 с.
2. *Карасев Н.В.* Продажи и маркетинг в выставочном бизнесе. М.: Статус Презенс, 2010. 211 с.
3. *Симонов К.В.* Современный экспобизнес: условия предпринимательства и управленческие технологии: Монография. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 552 с.

УДК 338

Смирнова Елена Александровна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ПРОСТРАНСТВЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье исследуются нормативно-правовое регулирование и тенденции развития логистического менеджмента в пространстве цифровой экономики. Представлены основные направления развития цифровой экономики. Подготовлен обзор наиболее существенных нормативно-правовых актов, касающиеся вопросов формирования и развития цифровой экономики в России и Евразийском экономическом союзе. Выявлены приоритеты развития цифровой экономики согласно Плану мероприятий программы «Цифровая экономика Российской Федерации». Проведен анализ уровня развития цифровой экономики по показателю «доля цифровой экономики в ВВП» за в 2016 год в рейтинге стран G20. Также рассмотрена группировка стран по уровню развития цифровой экономики согласно рейтингу Digital Evolution Index 2017, представленному Mastercard и Школой права и дипломатии им. Флетчера в Университете Тафтса.

Ключевые слова: цифровая экономика, логистический менеджмент, нормативно-правовое регулирование, доля цифровой экономики в ВВП, уровень развития цифровой экономики.

Smirnova Elena, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

LOGISTICS MANAGEMENT IN THE SPACE OF DIGITAL ECONOMY: THE LEGAL REGULATION AND DEVELOPMENT TRENDS

Abstract. The article examines the regulatory and legal regulation and trends in the development of logistics management in the digital economy. The main directions of development of digital economy are presented. A review of the most significant legal acts concerning the formation and development of the digital economy in Russia and the Eurasian economic Union has been prepared. Priorities of development of digital economy according to the action Plan of the program “Digital economy of the Russian Federation” are revealed. The analysis of the level of development of the digital economy in terms of “the proportion of digital economy in the GDP” for the year 2016 in the ranking of the G20 countries. Also considered is the grouping of countries by the level of development of the digital economy according to the rating of Digital Evolution Index 2017 presented by Mastercard and the School of law and diplomacy. Fletcher at Tufts University.

Keywords: digital economy, logistic management, normative legal regulation, share of digital economy in GDP, level of development of digital economy.

Масштабность развития цифровой экономики, основанной на экономике шестого технологического уклада и цифровой революции, определяет необхо-

димось трансформации логистики и ее инструментов на основе анализа «умных» технологий финансов, производства, сферы услуг и т.д. [7, с. 73].

Существующие подходы к развитию цифровой экономики базируются на таком свойстве цифровой экономики, как «конвергенция технологий из одной отрасли в другую и тенденции, связанные как с разрушающими, так и с объединяющими технологиями в цифровой экономике» [3]. Это предопределяет изменения в стратегии развития логистического менеджмента в пространстве цифровой экономики.

Для эффективного применения инструментов логистического менеджмента необходимо совершенствовать нормативно-правовую базу по всем направлениям развития цифровой экономики. Эксперты российского института Развития интернета (ИРИ) среди направлений развития цифровой экономики выделяют следующие: город, IT+суверенитет, медиа, медицина, образование, общество, торговля, финансы [5]. Гармонизация правового поля между всеми направлениями развития цифровой экономики России и других стран-членов Евразийского экономического союза (ЕАЭС) позволит использовать общий потенциал при формировании Единого цифрового пространства.

В табл. 1 и 2 дан обзор наиболее существенных нормативно-правовых актов, касающиеся вопросов формирования и развития цифровой экономики в России и Евразийском экономическом союзе.

Согласно Плану мероприятий программы «Цифровая экономика Российской Федерации», приоритетами развития в настоящее время являются:

- направление «Нормативное регулирование»;
- направление «Информационная безопасность»;
- направление «Информационная структура»;
- направление «Формирование исследовательских компетенций и технологических заделов».

Помимо этого, важным направлением развития цифровой экономики России является создание механизма «единого окна» в системе регулирования внешнеэкономической деятельности. Это направление активно развивается и в рамках ЕАЭС, что подтверждается регламентом взаимодействия федеральных органов исполнительной власти и организаций при реализации «Основных направлений развития механизма «единого окна» в системе регулирования внешнеэкономической деятельности», принятым решением Высшего Евразийского экономического совета.

Уровень развития цифровой экономики определяется по показателю «доля цифровой экономики в ВВП». По данным аналитиков [11] в РФ в рейтинге стран G20 по этому показателю в 2016 году занимала 16 место – доля цифровой экономики в ВВП РФ в 2016 году составила 2,8 % (75 млрд. долл.), в 2010 году – 1,9%.

**Некоторые нормативно-правовые акты,
касающиеся вопросов формирования и развития цифровой экономики в России**

№	Название документа	Орган власти, принявший документ	Дата принятия	Номер документа
1	О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы	Указ Президента РФ	09.05.2017	№203
2	Методические указания по разработке планов мероприятий по направлениям реализации программы «Цифровая экономика Российской Федерации»	Утверждено подкомиссией по цифровой экономике Правительственной комиссии по использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности	29.11.2017	№7
3	О системе управления реализацией программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (вместе с Правилами разработки, мониторинга и контроля выполнения планов мероприятий по реализации программы «Цифровая экономика Российской Федерации»)	Постановление Правительства РФ	28.08.2017	№1030
4	Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации»	Распоряжение Правительства РФ	28.07.2017	№1632-р
5	План мероприятий по направлениям «Нормативное регулирование», «Информационная безопасность», «Информационная структура», «Формирование исследовательских компетенций и технологических заделов» программы «Цифровая экономика Российской Федерации»	Утверждено Правительственной комиссией по использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности	18.12.2017	№2
6	О реализации Основных направлений развития механизма «единого окна» в системе регулирования внешнеэкономической деятельности	Постановление Правительства РФ	12.05.2017	№561

Таблица 2

**Некоторые нормативно-правовые акты,
касающиеся вопросов формирования и развития цифровой экономики в ЕАЭС**

№	Название документа	Орган власти, принявший документ	Дата принятия	Номер документа
1	Об основных направлениях реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 года	Решение Высшего Евразийского экономического совета	11.10.2017	№12
2	Об утверждении Стратегии развития интегрированной информационной системы Евразийского экономического союза на период до 2025 года	Решение Совета Евразийской экономической комиссии	22.08.2017	№100
3	Регламент взаимодействия федеральных органов исполнительной власти и организаций при реализации Основных направлений развития механизма «единого окна» в системе регулирования внешнеэкономической деятельности	Решение Высшего Евразийского экономического совета	29.05.2014	№68

Таблица 3

Доля цифровой экономики в ВВП стран G20, в процентах [11]

№	Страны	2010 год	2016 год
1	Великобритания	8,3	12,4
2	Южная Корея	7,3	8,0
3	Китай	5,5	6,9
4	Евросоюз	3,8	5,7
5	Индия	4,1	5,6
6	Япония	4,7	5,6
7	США	4,7	5,4
8	Мексика	2,5	4,2
9	Германия	3,0	4,0
10	Саудовская Аравия	2,2	3,8
11	Австралия	3,3	3,7
12	Канада	3,0	3,6
13	Италия	2,1	3,5
14	Франция	2,9	3,4
15	Аргентина	2,0	3,3
16	Россия	1,9	2,8
17	ЮАР	1,9	2,5
18	Бразилия	2,2	2,4
19	Турция	1,7	2,3
20	Индонезия	1,3	1,5

Согласно рейтингу Digital Evolution Index 2017, представленному Mastercard и Школой права и дипломатии им. Флетчера в Университете Тафтса, все страны разделены на 4 группы [9]:

Первая группа. Лидеры. К этой группе относятся такие страны, как Сингапур, Великобритания, Новая Зеландия, ОАЭ, Эстония, Гонконг, Япония и Израиль. Они демонстрируют высокие темпы цифрового развития, сохраняют его и продолжают лидировать в распространении инноваций.

Вторая группа. Замедляющие темпы роста. К этой группе относятся Южная Корея, Австралия, а также страны в Западной Европе и Скандинавии в течение долгого времени демонстрировали устойчивый рост, но сейчас заметно снизили темпы развития. Без внедрения инноваций эти государства рискуют отстать от лидеров цифровизации.

Третья группа. Перспективные. К этой группе относятся такие страны, как Китай, Кения, Россия, Индия, Малайзия, Филиппины, Индонезия, Бразилия, Колумбия, Чили, Мексика. Несмотря на относительно низкий общий уровень цифровизации, эти государства находятся на пике цифрового развития и демонстрируют устойчивые темпы роста, что привлекает инвесторов. Эти страны имеют потенциал, который может позволить им занять лидирующие позиции.

Четвертая группа. Проблемные. Такие страны, как ЮАР, Перу, Египет, Греция, Пакистан сталкиваются с серьезными вызовами, которые связаны с низким уровнем цифрового развития и медленными темпами роста.

Можно констатировать, что Россия на сегодняшний день относится к странам с относительно низким общим уровнем цифровизации, но с устойчивыми темпами роста, что позволяет сделать вывод о том, что внедрение инноваций и современных механизмов модернизации позволит нашей стране эффективно развиваться в области цифровой экономики.

Список литературы

1. *Аренков И.А.* и др. Стратегии развития инструментов коммерции: Монография. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. 348 с.
2. *Дюкова О.М.* Логистические инновации в строительстве // Вестник факультета управления СПбГЭУ. 2017. №1-1. С. 384–388.
3. *Куприяновский В.П., Евтушенко С.Н., Дунаев О.Н., Бубнова Г.В., Дрожжинов В.И., Намиот Д.Е., Синягов С.А.* Правительство, промышленность, логистика, инновации и интеллектуальная мобильность в цифровой экономике // [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.inetique.ru/articles/digital_economy.pdf / (дата обращения: 09.02.2018).
4. Логистика и управление цепями поставок / Под ред. *В.В. Щербакова*. М.: Изд-во Юрайт, 2016. Сер. 58. Бакалавр. Академический курс (1-е изд.). 582 с.
5. *Рудых Е.С.* Цифровая экономика: курс в 2017 год // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://files.runet-id.com/2016/itogi2016/presentations/14dec.itogi2016-1-12-30-13-30--gydih.pdf> (дата обращения: 09.02.2018).
6. *Смирнова Е.А.* Интеграция контрагентов в трансграничных цепях поставок на принципах аутсорсинга // Коммерция и логистика: Сб. науч. трудов / Под ред. *В.В. Щербакова, А.В. Парфенова и Е.А. Смирновой*. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. С. 112–116.
7. *Смирнова Е.А.* Необходимость адаптации инструментов логистики в пространство цифровой экономики // Логистика и управление цепями поставок: Сб. науч. трудов. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. С. 72–76.

8. Смирнова Е.А. Оценка эффективности деятельности электронной таможни // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. 2013. №1. С. 132–137.
9. ТОП 10 стран с наиболее развитой цифровой экономикой // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://web-payment.ru/article/250/top-10-cifrovaya-ekonomika/> (дата обращения: 09.02.2018).
10. Ценина Е.В., Ценина Т.Т. Подходы к управлению неопределенностью на нестабильных рынках / Логистика и торговая политика: Сб. науч. трудов. Вып. 1(12) / Под ред. В.В. Щербакова, Е.А. Смирновой. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. 159 с. С. 109–111.
11. Что нужно знать о цифровой экономике и ее перспективах. Коммерсантъ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/3063024> / (дата обращения: 09.02.2018).

УДК 338.2

Степанова Анна Сергеевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ В МНОГОУРОВНЕВЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Аннотация. Предлагаемые в большинстве источников модели и методы управления запасами громоздки и сильно теоретизированы, в то время как практикам необходимы понятные эффективные инструменты. В статье рассматриваются принципы распределения запасов в многоуровневой логистической системе и приводится пример влияния различных решений по нормированию запасов на отдельных уровнях логистической системы на совокупный объем инвестиций в запасы в системе в целом. В качестве объекта исследования выбрана логистическая система производственного предприятия. Предметом исследования послужили страховые запасы данного предприятия. В результате исследования идентифицированы основные ошибки, совершаемые при управлении страховыми запасами в данной логистической системе. В качестве альтернативного инструмента предложена к использованию модель Феттера и оценена ее эффективность.

Ключевые слова: управление запасами, многоуровневые запасы, текущий запас, страховой запас, инвестиции в запасы.

Stepanova Anna, S.
Saint-Petersburg State University of Economics

INVENTORY MANAGEMENT IN MULTILEVEL LOGISTIC SYSTEMS

Abstract. The models and methods of inventory management proposed in most sources are cumbersome and strongly theorized, while practitioners need understandable effective tools. The article deals with the principles of distribution of stocks in a multilevel logistic system and gives an example of the influence of various decisions on the rationing of stocks at different levels of the logistics system on the total volume of investments in stocks in the system as a whole. Object of research is a logistic system of a production enterprise. The subject of the study was the safety stocks of the enterprise. As a result of the research are descriptions of the main mistakes of

management of safety stocks for the logistics system of that production enterprise. As an alternative tool, the Fetter model is proposed and its effectiveness is estimated.

Keywords: inventory management, multilevel stocks, current stock, insurance stock, investment in stocks.

Процесс экономической глобализации ставит перед многими торговыми и производственными предприятиями вопрос об организации оптимального распределения запасов по всей цепи поставок товароматериальных ценностей, на всех этапах товародвижения в логистической системе предприятия. Зачастую нормирование запасов на различных уровнях логистической системы складывается стихийно и менеджмент предприятий стремится найти в литературе или сформировать методологию для эффективного управления данным процессом. Предлагаемые в большинстве источников методы громоздки и сильно теоретизированы, в то время как практикам необходимы понятные эффективные методы.

Торговые и производственные предприятия сталкиваются с задачей эффективного нормирования запасов в многоуровневых логистических системах. Причем, данные системы могут быть как макро/мезо логистическими, так и микро логистическими. Для всех вариантов задача определения оптимального уровня текущих и страховых запасов на всех уровнях в системе будет актуальной. Основные теоретические аспекты управления запасами в многоуровневых логистических системах освещены в источнике [1].

В практике при управлении запасами, часто принимается ошибочное решение «если финансовых средств достаточно, нам в принципе не важно, сколько денег лежит в запасах». Средства, иммобилизованные в запасы, естественно, имеют более низкую ликвидность, чем денежные средства на расчетном счете предприятия, в момент возникновения потребности в которых, например, для финансирования инвестиционных проектов или еще по каким-либо причинам, менеджмент предприятия начинает понимать, насколько важно не создавать лишних запасов. Также в практике встречается другая ситуация, когда предприятия задаются вопросом «почему склады полны товароматериальных ценностей, по многим позициям излишки, которые формируют еще и издержки, связанные с моральным износом, естественной убылью и т.п., а для закупки востребованных позиций нет денежных средств».

Возможно выделить несколько причин, приводящих к созданию излишних запасов. Первая и основная – это отсутствие системы мониторинга за изменением динамики уровня остатков. Уровень развития информатизации систем управления предприятиями с легкостью позволяет реализовать данный функционал на предприятии, что уже в значительной степени позволит контролировать запасы и повысить эффективность управления ими, необходимо лишь принять идею постоянного мониторинга за состоянием уровня запасов как по отдельным позициям, так по всей номенклатуре в целом, как руководящую концепцию. Вторая причина – отсутствие представлений о моделях и методах теории логистики в области управления запасами. Например, модель общелогистических издержек, метод нормирования страхового запаса – формула Феттера, различные стратегии управления запасами (периодические, уровневые, комбинированные) и т.д. Все описан-

ные модели и методы подробно освещены в источнике [2], а также приведены примеры их практического использования. Такие авторы, как Лукинский В.С., Лукинский В.В., Бродецкий Г.Л., Аксатер С. и др. в своих многочисленных трудах в значительной степени проработали вопросы, связанные с совершенствованием модели оптимального размера заказа. Некоторые аспекты определения параметров систем управления запасами для уровневых стратегий с точкой перезаказа, в ситуациях, когда срок доставки превышает периодичность поставок, освещены в источнике [3]. Ниже приведена оценка того, в какой степени отсутствие представлений о моделях и методах нормирования, в частности, страхового запаса, влияет на объемы иммобилизации денежных средств в запасы.

Производственное предприятие локализовано в Санкт-Петербурге и имеет многоуровневую цепь поставки основного материального ресурса – труба стальная. Производитель трубы находится в КНР, средний срок поставки составляет 1,3 месяца со среднеквадратическим отклонением 0,18 месяца. Отгрузка осуществляется в Европу на склад поставщика. Со склада поставщика в Европе, для которого данное производственное предприятие является ключевым клиентом, отгрузка производится в Санкт-Петербург на завод. Средний срок поставки на участке цепи поставки «Склад в Европе – завод в Санкт-Петербурге» составляет 0,05 месяца со среднеквадратическим отклонением 0,0125 месяца. На момент анализа в системе управления запасами действовал следующий принцип нормирования страховых запасов: по каждой позиции номенклатуры, запас, эквивалентный месячному расходу должен содержаться на складе у поставщика в Европе и эквивалентный полуторамесячному расходу – на складе завода в Санкт-Петербурге. Основные параметры интенсивности расхода по каждой позиции номенклатуры приведены в табл. 1.

Таблица 1

Параметры интенсивности расхода ТМЦ на заводе в Санкт-Петербурге

Материальный ресурс	Средний расход, м	Среднее квадратическое отклонение от среднего расхода, м	Коэффициент вариации, %
Труба круглая 32x2,5	315	251	80
Труба круглая 32x2	3671	1403	38
Труба профильная 30x30x1,5	30	44	148
Труба профильная 30x30x2	104	163	156
Труба профильная 20x20x1,5	461	441	96
Труба круглая 16x1,5	1600	882	55
Труба круглая 18x1,5	20546	6097	30
Труба круглая 21,3x1,5	15589	3094	20
Труба круглая 25x1,5	6636	2604	39
Труба круглая 25x2	297	174	59
Труба круглая 28x1,5	7470	2316	31
Труба круглая 32x1,5	7835	2113	27
Труба круглая 33,7x3,5	661	415	63

Первая ошибка, которая была допущена, – унификация решения для всех ТМЦ, вне зависимости от параметров интенсивности их расхода. По позициям со стабильным спросом, на что указывает коэффициент вариации 20–30%, и по позициям со спросом высокой степени стохастичности (коэффициент вариации больше 100%), принято одинаковое решение об уровне страхового запаса – 2,5 месяца. Позиции с небольшим уровнем коэффициента вариации требуют создания меньших страховых запасов, чем позиции с высоким уровнем коэффициента вариации. При использовании формулы Феттера по позиции с коэффициентом вариации 20% и 30% страховой запас в сумме на складе в Европе и Санкт-Петербурге составил 1 месяца и 1,3 месяца, соответственно, в то время как для позиций с коэффициентом вариации 148 и 156% – 6 месяцев и 6,4 месяца. Таким образом, реализация унифицированного решения о создании страхового запаса по всем позициям на уровне 2,5 месяцев привела к тому, что по позициям с низкой стохастичностью спроса страховые запасы завышенные, а по позициям с высоким уровнем стохастичности спроса – создаваемых страховых запасов не будет хватать для обеспечения бездефицитного снабжения производства. Причем, излишние запасы создаются по позициям, на которые приходятся основные объемы используемой трубы, средний расход по взятым для примера двум ключевым позициям составляет 24 и 31 % всего объема, а по позициям со стохастичным спросом – 0,04% и 0,15%. Таким образом, для обеспечения надежности системы и ее бездефицитной работы по позициям со стохастичным спросом необходимо было бы увеличить объем инвестиций в страховые запасы на 168 352 руб, и снизить объемы страховых запасов по позициям со стабильным спросом и значительным объемом потребления на 5 879 221 руб.

Вторая ошибка, которая была допущена, – дисбаланс в распределении объемов страховых запасов между складом поставщика в Европе и заводом в Санкт-Петербурге, если ориентировать на сроки поставок и отклонения от них. Использование модели Феттера для нормирования страхового запаса для данного предприятия позволяет сократить общий уровень страховых запасов в системе с 25,1 млн рублей до 14,6 млн руб. Результаты приведены в табл. 2.

Таблица 2

**Сопоставление объемов инвестиций в страховой запас
в существующей системе и с использованием формулы Феттера**

Показатель	Значение показателя для склада поставщика в Европе	Значение показателя для склада завода в Санкт-Петербурге
Величина страхового запаса в существующей системе, руб.	10 040 084	15 060 127
Величина страхового запаса рассчитанного по формуле Феттера, руб.	12 436 044	2 206 527
Изменение величины страхового запаса, руб.	10 457 640	–2 395 960
Объем высвобождаемых денежных средств, руб.	10 457 640	
Изменение объема инвестиций в страховой запас, %	41	

Попытки скомпенсировать отклонения от сроков поставок, возникающих выше в цепи поставки (на участке КНР – Европа в данном примере), путем увеличения запасов ниже по цепи поставки (на заводе в Санкт-Петербурге) приводят к необоснованному росту запасов в системе в целом.

Не стоит ограничивать процесс оптимизации величины страховых запасов лишь использованием математических и экономико-математических моделей. В частности, альтернативой инвестициям в страховой запас может быть формирование альтернативных каналов поставок (альтернативный поставщик, альтернативный вариант доставки, использование товаров заменителей).

В рассматриваемом примере увеличение объемов запасов на складе поставщика в Европе не влияло на общелогистические издержки фокусного предприятия в Санкт-Петербурге, ровно как и на затраты на складирование поставщика в Европе, так как используемые площади достаточны для хранения возросшего запаса. Если бы ситуация была обратной, то и решение данного кейса могло быть другой, так как аренда складских помещений в Европе выше, чем в Санкт-Петербурге и экономия на инвестициях в запасы, могла быть нивелирована увеличением затрат на хранение. Принимая любое решение по управлению запасами, стоит ориентироваться на общелогистические издержки.

Список литературы

1. *Бадюкин О.В.* Модели и методы интегрированного управления запасами в многоуровневых системах. Дисс. на соиск. уч. степ. канд. экон. наук. СПб.: СПбГИЭУ, 2010.
2. Модели и методы управления запасами: Учеб. пособие / *Бадюкин О.В., Лукинский В.В., Малевич Ю.В., Степанова А.С., Шульженко Т.Г.*; Под общ. и науч. ред. *В.С. Лукинско-го*. СПб.: СПбГИЭУ, 2010. 372 с.
3. *Степанова А.С.* Корректировка расчета параметров стратегий управления запасами с точкой перезаказа / Логистика: современные тенденции развития: Материалы X Международ. науч.-практ. конференции. 24, 25 апреля 2014 г. / Ред. кол.: *В.С. Лукинский* (отв. ред.) [и др.]. СПб.: ГУМРФ им. адмирала С.О. Макарова, 2014. 386 с.

УДК 658

Тетцоева Екатерина Муратовна
Государственный университет управления, Москва

РАЗВИТИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОТДЕЛА ЛОГИСТИКИ С ДРУГИМИ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯМИ КОМПАНИИ-ИМПОРТЁРА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация. Предметом исследования в данной статье выступает специфика делового взаимодействия логистического отдела с иными структурными подразделениями импортирующей компании. Основная цель исследования – наметить возможные и получающие всё большую востребованность в условиях цифровизации управления пути решения возникаю-

щих в данной сфере практических проблем. В статье перечислены составные элементы документооборота, существующего между отделом логистики и другими внутриорганизационными структурными единицами. Кроме того, в статье автором предложено распределение задач по формированию параметров материального потока между логистической службой и отделом продаж импортирующей компании. Автором выделен ряд мер, проведение которых в рамках управленческой деятельности организации-импортёра способно повысить эффективность бизнес-процессов компании, связанных с обменом информацией в ходе осуществления логистических функций.

Ключевые слова: внутриорганизационное взаимодействие, деловые коммуникации, документооборот, логистическое управление, цифровизация.

Tetsoeva Ekaterina, M.

State University of Management, Moscow

DEVELOPMENT OF THE INTERACTION BETWEEN THE LOGISTICS DEPARTMENT AND OTHER BUSINESS UNITS OF AN IMPORTING COMPANY IN CONDITIONS OF LOGISTICS MANAGEMENT DIGITALIZATION

Abstract. The research focuses on the characteristics of the business interaction between the logistic department and other structural divisions of an importing company. The main objective of the study is to mark the possible and increasingly relevant in conditions of management digitalization ways to address the emerging challenges in this area. There are the elements of the document flow existing between the logistic unit and other corporate structures specified in the article. Beyond that, there is the allocation of responsibilities concerning the development of material flow parameters between the logistic department and the sales department of an importing company suggested in the article. The author has outlined the combination of measures, carrying out of which as part of management activity of a company-importer could improve efficiency of the company's business processes that relate to the information sharing in course of performing logistic functions.

Keywords: corporate interaction, business communication, document flow, logistic management, digitalization.

В настоящее время с необходимостью решения различных логистических задач сталкиваются практически все компании, поставившие своей целью привлечение прибыли. Особую значимость в условиях возросших рисков приобретает оптимизация логистических издержек компаний-импортёров. Одной из задач является сокращение расходов, связанных с потерями рабочего времени логистов, и, как следствие, финансовых потерь компании, вызванных неэффективным взаимодействием закупочного отдела с прочими внутриорганизационными структурными единицами.

Между подразделениями постоянно циркулирует поток документации – как строго регламентированной, так и произвольных форм, – которая относится к выполнению логистической функции (см. табл. 1).

**Документооборот между отделом логистики
и другими подразделениями компании-импортёра**

Наименование отдела	Исходящая документация отдела, направляемая в логистическое подразделение	Входящая документация отдела, направляемая логистическим подразделением
Отдел продаж	Запросы на определение закупочной себестоимости товаров	<ul style="list-style-type: none"> • Ответы на запросы по определению закупочной себестоимости товаров • Уведомление о поступлении товара на склад • Уведомление о плановых датах отгрузки товаров со складов поставщиков и прибытия на склад компании-импортёра
Финансовый отдел, бухгалтерия	<ul style="list-style-type: none"> • Информация о доступном бюджете для проведения оплат товаров поставщикам и услуг транспортным компаниям • Информация о состоянии взаиморасчётов с поставщиками и транспортными компаниями • Доверенности на получение товарно-материальных ценностей 	<ul style="list-style-type: none"> • Заявки на оплату товара поставщикам, а также на оплату услуг транспортных компаний • Полученные от поставщиков и транспортных компаний сводки оплат и счета • Оригиналы сопроводительных документов на товары и документов, подтверждающих оказание услуг транспортными компаниями
Отдел информационных технологий	Инструкции по работе с программным обеспечением	<ul style="list-style-type: none"> • Заявки на настройку программного обеспечения • Заявки на разработку программного обеспечения • Заявки на ремонт/замену оргтехники
Отдел качества	<ul style="list-style-type: none"> • Сведения о результатах контроля качества поставленных товаров • Заключение о возможности реализации товаров с параметрами, отклоняющимися от требований • Отчёты о качестве партий товаров 	<ul style="list-style-type: none"> • Запросы на проведение контроля качества закупленных товаров • Запросы на допуск к реализации товаров с параметрами, отклоняющимися от требований
Склад	<ul style="list-style-type: none"> • Оригинальные сопроводительные документы • Копия акта приёмки 	Точные оперативные данные о дате прихода груза на склад, а также информация о водителе и об автомобиле

Строго регламентированные формы документов включают в себя оригинальную документацию по поставке, регламентированные на внутриорганизационном уровне – отчёты, заключения и инструкции. Наиболее многочисленной группой форм являются нерегламентированные запросы, заявки и ответы на них. Регламентация данных форм, предусматривающая их структуризацию, представляет одно из направлений оптимизации делового взаимодействия отдела логистики с прочими подразделениями компании.

Отдельного внимания заслуживает формат взаимодействия между сотрудниками разных служб. Так, при размещении отделов в одном здании в некоторых случаях желательной является устная коммуникация, способствующая развитию комфортной психологической атмосферы в коллективе. Однако передача устным коммуникациям ведущей роли в процессе внутриорганизационного взаимодействия недопустима по ряду причин:

- 1) невозможность ежедневного непосредственного общения сотрудников подразделений, находящихся в различных географических точках;
- 2) рост непроизводительных затрат времени, связанных с перемещением работников между помещениями для передачи информации;
- 3) риск искажения информации при её устной передаче другому лицу;
- 4) риск потери информации при её получении лицом в устной форме;
- 5) отсутствие материального доказательства факта передачи и получения информации;
- 6) снижение чувства ответственности сотрудников за принятие решений, основанных на устных распоряжениях руководства.

Внутриорганизационные коммуникации посредством телефонного взаимодействия обладают практически такими же недостатками, кроме необходимости присутствия в непосредственной близости от собеседника.

В связи с этим возникает вопрос цифровизации логистического управления при организации движения информационных потоков между отделом логистики и другими службами: необходимо централизованное внедрение в организации информационных систем для передачи информации о статусе материального и финансового потоков, которые позволят ускорить и упростить процесс принятия решений логистическим отделом. Дополнением к использованию единой ERP-системы могло бы стать применение чатовых программ для внутрикорпоративного и внешнего общения сотрудников с контрагентами, а также иного вспомогательного программного обеспечения. Важной задачей является максимальное распространение переписки посредством электронной почты для коммуникаций по значимым вопросам.

Следует выделить основные проблемы, возникающие в области коммуникаций между отделом логистики и иными подразделениями компании:

- отсутствие чёткого разграничения решаемых вопросов между службами, усугубляющее мнимый конфликт интересов между отделом логистики, с одной стороны, и отделами продаж и финансов, с другой стороны;
- отсутствие гибкости во взаимодействии службы логистики с иными отделами и в процессе решения задач внутри логистического отдела;

- преобладание в структуре внутриорганизационных коммуникаций нерегламентированного устного взаимодействия.

Одним из вариантов решения проблем в сфере логистического управления может стать сбалансированная система внутриорганизационных отношений, построенная на принципах всеобщего управления качеством, оптимизации тотальных затрат и системном подходе. Основной целью подобной сбалансированной системы является совместная работа всех подразделений компании над достижением двух целей – удовлетворения в максимальной мере нужд клиентов и оптимизации расходов компании по его достижению [2]. В данном случае важное значение приобретает распределение «зон ответственности» между двумя задающими параметрами материалопотока службами – отделом логистики и отделом продаж (см. табл. 2).

Таблица 2

**Возможное распределение задач
по формированию параметров материалопотока
между отделом логистики и отделом продаж импортирующей компании**

Функциональная область логистики	Отдел логистики	Отдел продаж
Закупочная логистика	<ul style="list-style-type: none"> • определение приемлемой отсрочки платежа поставщику; • определение перечня поставщиков; • расчёт закупочной себестоимости; • формирование ассортимента закупаемой продукции; • определение допустимого диапазона цен закупки; • подбор удобной для поставщиков транспортной тары, а также транспортных средств и погрузо-разгрузочных механизмов для осуществления доставки; • получение информации о производственных возможностях поставщиков; • поиск новых поставщиков 	<ul style="list-style-type: none"> • формирование ассортиментной политики компании; • определение перечня аксессуаров и комплектующих к основным заказам
Складская логистика и управление запасами	<ul style="list-style-type: none"> • выбор типа системы управления запасами; • формирование схемы организации работы склада; • определение точки заказа; • определение неликвидных запасов 	<ul style="list-style-type: none"> • определение политики компании в области дозаказов клиентов и, как следствие, уровня сервисного обслуживания по запасам; • организация распродаж неликвидных товаров из складского запаса
Логистика распределения	<ul style="list-style-type: none"> • организация доставки товаров до клиентов 	<ul style="list-style-type: none"> • формирование ценовой политики компании; • постановка ориентира рентабельности; • определение уровня сервиса по качеству товаров; • подбор транспортной тары, удобной для клиентов; • поиск новых каналов распределения
Транспортная логистика	<ul style="list-style-type: none"> • организация доставки товаров «от двери до двери» 	–

Распределение задач между отделом логистики и отделом продаж, предлагаемое в табл. 2, обладает рядом преимуществ:

- 1) соблюдение принципа минимизации себестоимости;
- 2) оптимизация затрат на управление запасами;
- 3) изначальное обеспечение прибыльности деятельности компании за счёт установления на этапе планирования закупочной деятельности ориентировочной рентабельности.

Следует произвести выстраивание регламентируемых процессов, описывающих формат взаимодействия между отделами, разработку процедур распределения ответственности и полномочий в отделе логистики, порядок межфункциональных коммуникаций.

Регламентирование бизнес-процессов в логистике является важнейшей составляющей процесса цифровизации логистического управления, идёт ли речь о взаимодействии различных служб компании или о процессах, происходящих внутри подразделения. Основные процессы необходимо отразить и закрепить в специально разработанных инструкциях-регламентах, в составлении которых по мере необходимости могут принимать участие различные службы организации в той степени, в которой регламенты касаются их сферы ответственности [1]. В претворении в практику процедур и алгоритмов, описанных в регламентах, большую роль играет использование текстовых электронных средств коммуникации – в первую очередь, электронной почты, а также «мессенджеров», позволяющих фиксировать и сохранять информацию о делегировании задач и ходе их выполнения. Следует отметить важность использования и вспомогательного программного обеспечения, предназначенного для планирования и распределения задач между работниками. Тем не менее, даже регламентированное письменное общение не заменит регулярных встреч и совещаний сотрудников компании, во время которых происходит обсуждение новых идей и проектов и выработка программы совместных действий. Наиболее эффективный способ структурирования процесса обмена информацией во время обсуждения и совещаний – это их протоколирование и фиксирование принятых решений с последующим контролем выполнения [3].

Главной целью оптимизации взаимодействия отдела логистики с другими подразделениями компании является рациональная организация движения информационного потока на предприятия для достижения эффективного управления материалопотоком, а также финансовым потоком. Ключевое место в достижении данной цели, независимо от выбираемой модели взаимодействия, следует отвести разработке системы регламентов, структурирующих процесс обмена информацией внутри компании. Значимым элементом выстраиваемой коммуникационной модели целесообразно сделать широкое внедрение информационных технологий в процесс делового общения сотрудников отдела логистики и их коллег из других служб компании в рамках цифровизации логистического управления в компании.

Список литературы

1. Перник Д.Л. Логистика и маркетинг: проблемы взаимодействия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.lobanov-logist.ru/library/352/54416/> (дата обращения: 09.02.2018).

2. Разгуляев В.Ю. Взаимодействие логистики и маркетинга при управлении закупками [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://logist.ru/articles/vzaimodeystvie-marketinga-zakupok-i-logistiki> (дата обращения: 09.02.2018).

3. Тетцоева Е.М. Организация эффективного взаимодействия отдела закупочной логистики и отдела продаж импортирующей компании / Актуальные проблемы управления-2017: Материалы 22-й Междунар. науч.-практ. конференции. Вып. 1. М.: Изд. дом ГУУ, 2017. С. 249–251.

УДК 339.1

Ценина Татьяна Тихоновна
Цзоу Тун
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЛОГИСТИКИ В РАЗВИТИИ МИРОВОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Аннотация. В статье представлены основные тенденции развития рынка мировой электронной торговли. Обоснована актуальность данного исследования, представлен сравнительный анализ понятий «электронная коммерция», «электронная торговля», «интернет коммерция», «интернет торговля» с выделением их взаимной связи и влияния. Путем анализа научной и учебной литературы выявлены основные преимущества и недостатки внедрения электронной торговли на современном этапе развития бизнеса, сформулированы причины важнейшей роли информационной логистики в этом процессе и основные направления ее развития на ближайшие годы.

Ключевые слова: информационная логистика, информационные потоки, электронная торговля, электронная коммерция.

Tsenina Tatyana, T.
Tszou Tun
Saint-Petersburg State University of Economics

THE ROLE OF INFORMATION LOGISTICS IN THE DEVELOPMENT OF WORLD ELECTRONIC TRADE

Abstract. The main trends in the development of the world electronic commerce market are presented in the article. The relevance of this study is substantiated, a comparative analysis of the concepts of “electronic commerce” and “internet commerce” is presented with the identification of their mutual connection and influence. By analyzing the scientific and educational literature, the main advantages and disadvantages of introducing electronic commerce at the current stage of business development are identified, the reasons for the most important role of information logistics in this process and the main directions of its development in the coming periods are formulated.

Keywords: information logistics, information flows, e-commerce, internet commerce.

Глобализация, бурное развитие мировых экономических отношений, прогресс науки, техники и технологий, но в то же время мировой экономической кризис, ограниченность финансовых ресурсов, повышение информированности, а, следовательно, требовательности современного потребителя – все эти причины привели к взрывному росту сектора электронной торговли в последние годы. Использование возможностей, предоставляемых для развития бизнеса сетью Интернет, становится сегодня решающим фактором конкуренции на рынках разных масштабов и основой конкурентоспособности современных предприятий.

Рынок электронной торговли активно развивается в мировом масштабе как по количественным (стоимостной объем), так и по качественным показателям (внедрение в экономическую структуру рыночного хозяйства), причем данная тенденция характерна как для экономически развитых стран (Западная Европа, Северная Америка), так и верхнего эшелона развивающихся стран (Россия, Китай, Бразилия и т.д.)

История электронной торговли Китая начинает свое развитие в 1997 г. с появлением первых B2B платформ. Переломным считается 1999 г., когда был создан лидер электронной торговли Китая и всего мира – альянс Alibaba Group. Бум роста популярности электронной торговли среди китайцев начался с 2003 г., на сегодняшний день ее объем составляет 16,2 трлн. юаней. В то же время, развивается трансграничная электронная торговля, например, между Россией и Китаем в рамках Евразийского экономического союза благодаря инициативе «Один пояс, один путь» и созданию Центра трансграничной электронной коммерции между РФ и КНР (в г. Екатеринбург), в 2016 г. ее объем составил 2,5 млрд. долл. США [1; 7].

Существует огромное количество определений понятий «электронная коммерция», «электронная торговля», «интернет-коммерция», «интернет-торговля» с указанием их взаимной связи и взаимного влияния. Путем изучения источников [6; 8], удалось сформулировать следующие коннотации указанных понятий.

Электронная коммерция – это коммерческая деятельность в любой сфере бизнеса, которая включает в себя использование различных бизнес-процессов, основанных на применении информационных и телекоммуникационных технологий и систем. *Электронная торговля* – это составная часть электронной коммерции, такая форма коммерческой деятельности, которая направлена на реализацию товаров и услуг с использованием информационных и телекоммуникационных технологий, и систем. *Интернет-торговля* – это форма электронной торговли, которая предполагает продажу товаров и услуг посредством или с помощью сети Интернет.

Традиционно в литературе [2; 5; 9] рассматриваются следующие основные преимущества электронной торговли по сравнению с традиционной:

- отсутствие географических и временных барьеров;
- низкий уровень единовременных и текущих затрат в сфере производства и обращения;
- высокий уровень инновационности в логистике, маркетинге и сбыте благодаря отсутствию физических ограничений на складские и торговые помещения;

- возможность сочетать информационный канал и сбытовую структуру в единое целое;
- оперативность получения информации и сокращение жизненного цикла покупки и продажи.

Аналогично, благодаря указанным источникам литературы, основные проблемы реализации электронной торговли можно разделить на несколько основных блоков:

- несовершенство нормативно-правового регулирования внедрения и организации электронной торговли, вследствие чего возникают проблемы с конкретными методиками ее осуществления;
- отсутствие отлаженных бизнес-процессов электронной торговли, из-за чего возникают, в частности, проблемы с доставкой товаров;
- недоверие к электронной торговле со стороны потребителей и неготовность многих предприятий к внедрению электронной торговли в свою деятельность.

Как мы видим, и многие преимущества, и многие проблемы, возникающие при внедрении электронной торговли в деятельность современных предприятий, связаны со сферой логистики. Это обусловлено тем, что электронная торговля, особенно международная, предполагает полное переосмысление логистической парадигмы предприятия. Информационные потоки, которые в рамках традиционной торговли обычно оцениваются как обслуживающие, второстепенные по отношению к потокам материальным, в электронной торговле выходят на первый план, открывают большинство шансов и содержат в себе значительные риски. На сегодняшний день конкурентоспособность предприятия на мировом электронном рынке во многом зависит от применения логистических инструментов оптимального управления потоковыми информационными процессами.

Таким образом, основным направлением развития информационной логистики в сфере электронной торговли является устранение пробелов в действующем законодательстве об электронной торговле, как на национальном, так и на мировом уровне, унификация международного законодательства в этой сфере и формирование единых международных стандартов в сфере электронных платежей. Это возможно только при объединении усилий всего мирового сообщества, соответствующих международных организаций, а также увеличения роли государства в развитии материально-технической базы электронной торговли с целью стимулирования инвестиционной активности частных компаний в области электронного бизнеса и увеличения импорта высоких интернет-технологий.

Список литературы

1. Белостоцкая А.А., Забелин Б.Ф., Конников Е.А., Мокейчев Е.В. Содержательный аспект тенденции к отражению действительного результата управления // Экономические науки. 2016. №136. С. 42–46.
2. Забелин Б.Ф., Конников Е.А., Мартынов В.И. Методика анализа показателей эффективности управления производственной системой // Экономика и предпринимательство. 2016. №2-1(67-1). С. 955–958.

3. Куприяновский В.П., Синягов С.А., Климов А.А., Петров А.В., Намиот Д.Е. Цифровые цепи поставок и технологии на базе блокчейн в совместной экономике // International Journal of Open Information Technologies. 2017. Vol. 5. №8.
4. Курочкина А.Ю., Голубцов С.Б., Погребова О.А. Интернет-маркетинг: Учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016.
5. Парфенов А.В., Шаповалова И.М. Логистика электронной торговли: Учеб. пособие. СПб., 2015.
6. Силкина Г.Ю., Шевченко С.Ю. Инновационные процессы в цифровой экономике. Информационно-коммуникационные драйверы: Монография. СПб., 2017.
7. Ценина Т.Т. Изменения во внешней торговле Китая с Россией / В сб.: Логистика и управление цепями поставок: Сб. науч. трудов. СПб., 2017. С. 90–92.
8. Щербаков В.В., Силкина В.Ю. Информационный инструментарий цифровой трансформации экономики и менеджмента // Экономика и предпринимательство. 2017. №5-1(82-1). С. 1090–1096.
9. Щербаков В.В., Мерзляк А.В., Коскур-Оглы Е.О. Автоматизация бизнес-процессов в логистике: Учеб. пособие. СПб., 2016.

УДК 338.1

Щербаков Владимир Васильевич
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ЛОГИСТИКА КАК НАЦИОНАЛЬНОЕ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО РОССИИ

Аннотация. В статье обосновывается концептуальная идея об обеспечении конкурентного преимущества России на основе применения логистики в реализации транзитного потенциала на рынке транспортно-логистических услуг с учетом его комплементарности к традиционным сегментам мирового рыночного присутствия. В контексте общего понимания транзитного потенциала как составляющей инфраструктурного потенциала выделяются его инвестиционный и сервисный аспекты, способные при активизации соответствующих мер обеспечить интеграцию России в глобальную транспортно-логистическую систему. Формируются проектные предложения о развитии региональной сети терминально-логистических центров и подводящей железнодорожной инфраструктуры с последующим их преобразованием в транспортно-логистические мультимодальные хабы, действующие с применением информационных технологий логистической координации.

Ключевые слова: логистика, конкурентное преимущество, транзитный потенциал, транспортно-логистический мультимодальный хаб, информационные технологии логистической координации.

Shcherbakov Vladimir, V.
Saint-Petersburg State University of Economic

LOGISTICS AS A NATIONAL COMPETITIVE ADVANTAGE OF RUSSIA

Abstract. The article substantiates the conceptual idea of ensuring a competitive advantage of Russia on the basis of applying logistics in the implementation of transit potential in the market

of transport and logistics services, taking into account its complementarity to the traditional segments of the world market presence. In the context of a common understanding of the transit potential as a component of the infrastructure potential, its investment and service aspects are highlighted, which, with the activation of appropriate measures, can ensure Russia's integration into the global transport and logistics system. Project proposals are being developed on the development of a regional network of terminal and logistics centers and the supplying railway infrastructure, with their subsequent transformation into transport and logistics multimodal hubs operating with the use of information technologies of logistic coordination.

Keywords: logistics, competitive advantage, transit potential, transport and logistics multimodal hub, information technologies of logistics coordination.

Геоэкономические сравнения показывают, что на глобальном рынке Россия уступает ведущим странам мира, как по объемам ВВП, так и по темпам его роста. В трех основных рейтингах – Международного Валютного Фонда (МВФ), Всемирного банка (ВБ) и Организации Объединенных Наций (ООН) она занимает 12-е место (табл. 1). Ситуация обостряется тем, что разрыв между странами увеличивается: так, например, ВВП Китая, по данным ВБ, в 2016 году возрос по сравнению с 2015 годом на 5,6%, в то время как России – уменьшился на 33,8%. Принимая во внимание фактор действия антироссийских внешнеэкономических санкций, следует, тем не менее, признать, что место, занимаемое Россией, не соответствует ее политическому статусу.

Таблица 1

Рейтинги стран мира по номинальному значению ВВП, млрд. долл. [4]

Список МВФ				Список ВБ				Список ООН		
№	Страна	2015	2016	№	Страна	2014	2015	№	Страна	2015
1	США	18037	18569	1	США	17393	18037	1	США	18037
2	КНР	11226	11218	2	КНР	10482	11064	2	КНР	11158
3	Япония	4382	4939	3	Япония	4849	4383	3	Япония	4383
4	Германия	3365	3467	4	Германия	3879	3363	4	Германия	3364
5	Велико-британия	2863	2629	5	Велико-британия	2999	2861	5	Велико-британия	2858
6	Франция	2420	2463	6	Франция	2849	2433	6	Франция	2419
7	Индия	2088	2256	7	Индия	2049	2112	7	Индия	2116
8	Италия	1826	1851	8	Италия	2141	1825	8	Италия	1822
...										
12	Россия	1366	1281	12	Россия	2064	1366	12	Россия	1326
...										
50	Греция	195	194	50	Казахстан	218	184	50	Казахстан	182
...										
100	Парагвай	27,3	27,4	100	Уганда	24,7	27,0	100	Тринидад и Тобаго	28,1

Очевидно, что исправить ситуацию может комплекс мер, направленных на реализацию потенциала России в тех сегментах рынка, где она имеет конкурентные преимущества. Традиционно такими сегментами рассматриваются:

- добыча углеводородов (в добыче нефти – 2-е место в мире после Саудовской Аравии, в добыче газа – 2-е место после США);
- производство черных и цветных металлов (в черной металлургии – 4-е место в мире после КНР, Японии и США; в цветной металлургии: по алюминию – 2-е место после США, по свинцу и цинку – 2-е место после КНР, по олову – 3-е место после Малайзии и Индонезии);
- экспорт оружия и военной техники (2-е место после США),
- производство зерна (3- место после КНР и Индии);
- экспорт зерна (3-е место после США и Канады).

В то же время надо учитывать, что в перспективе позиции России в вышеуказанных сегментах рынка могут измениться, причем наиболее уязвимыми объективно оказываются те из них, которые завязаны на запасы природных ресурсов. По экспертным данным, известно, например, что промышленных запасов нефти в России хватит на 1–1,5 поколения, и при фактически свернутых геологоразведочных работах скорое пополнение этих запасов представляется проблематичным.

В этой связи обращает на себя внимание явная недооценка конкурентного преимущества России в использовании ее территории. По площади Россия занимает 1-е место в мире, опережая Канаду (2-е место) почти в 2 раза, причем этот ресурс, в отличие от запасов природных ресурсов, сохраняется и может вовлекаться в хозяйственный оборот как совокупный потенциал территории со многими, в том числе инфраструктурными, составляющими. С учетом размерных и географических характеристик территории России одной из наиболее актуальных, с точки зрения конкурентного позиционирования национальной экономики, становится его транзитная составляющая.

Современное понятие «транзитный потенциал» означает «предельно возможную совокупность внутренних средств и способностей по обслуживанию международных потоков грузов и пассажиров, следующих по территории страны при условии нахождения пунктов отправления и назначения за пределами национальной границы. Соответственно, главной функцией транзитного потенциала является обслуживание транзитных перевозок пассажиров и грузов, то есть предоставление различного рода транспортно-логистических услуг» [3, с. 93]. С учетом этих характеристик можно заключить, что транзитный потенциал несет в себе мультипликативный эффект, позволяя стране включиться в систему международных экономических связей и этим поддерживать развитие материального производства и сферы услуг.

В оценке транзитного потенциала рассматриваются два аспекта: создание инфраструктурных мощностей (инвестиционный) и использование мощностей (сервисный). При этом оценка использования производится с помощью индекса качества логистики (Logistics Performance Index – LPI), разработанного экспертами ВБ. Оценка по индексу LPI выполняется по 6 основным показателям, вы-

бренным по результатам теоретических и эмпирических исследований и экспертного опыта специалистов, занимающихся логистикой и международными перевозками, – это: эффективность процесса оформления (быстрота, простота и прогнозирование формальностей) органами таможенной и околотаможенной инфраструктуры; качество транспортно-логистической информационной инфраструктуры; простота и доступность организации международных поставок по конкурентной цене; возможность отслеживания международных поставок в режиме on-line; уровень компетентности логистического обслуживания; своевременность полного завершения поставок [2]. Состав аналитических показателей свидетельствует в пользу того, что эффективная логистика является необходимым условием реализации национального транзитного потенциала.

На практике применение индекса качества логистики служит построению предметного рейтинга, в котором высшие позиции сегодня занимают: Гонконг – 1-е место, Сингапур – 2-е, Нидерланды – 3-е, ОАЭ – 4-е, Япония – 5-е, Швейцария – 6-е, Франция – 7-е, Германия – 8-е и т.д.. Лидер списка – Гонконг – имеет лучшую в мире инфраструктуру, в том числе так называемые «бесшовные транспортные системы». По мнению экспертов, страна является наиболее подходящим местом для ведения бизнеса, благодаря современной логистике, телекоммуникационным сетям и процветающему порту [1].

Состояние российского транзитного потенциала не отвечает имеющимся возможностям, которые реализуются лишь на 5–7% [5]. Чтобы воспользоваться ими в полной мере, необходим системный подход, предусматривающий улучшение транспортно-логистической инфраструктуры, совершенствование таможенных процедур, привлечение масштабных инвестиций и взаимодействие с приграничными государствами с четкой ориентацией на то, что увеличение объемов международных транзитных перевозок будет способствовать росту ускоренному росту экономики России и ее интеграции в глобальную транспортно-логистическую систему.

Одним из стимулов для развития инфраструктуры может послужить сочетание двух трансконтинентальных интеграционных инициатив – Евразийского экономического союза (ЕАЭС) и «Экономического пояса Шелкового пути» (ЭПП). В совместном заявлении РФ и КНР о сотрудничестве в данной сфере говорится о стремлении к укреплению взаимосвязанности в сферах логистики, транспортной инфраструктуры и мультимодальных перевозок. В настоящее время в стадии переговоров и реализации находятся такие мегапроекты, как: международный транспортный маршрут (МТМ) «Европа – Западный Китай», проходящий через Казахстан, Россию, Беларусь; высокоскоростная магистраль «Москва – Пекин»; международные транспортные коридоры «Приморье-1» и «Приморье-2» и др.

В 2016 году на саммите ШОС РФ, КНР и Монголия официально приняли международную программу по проектированию и строительству экономического коридора между странами, который предусматривает развитие транспортно-логистической инфраструктуры.

Россия рассматривает возможность создания зоны свободной торговли между Ираном и ЕАЭС, одним из инфраструктурных элементов которой дол-

жен стать международный транспортный коридор «Север – Юг», связывающий Иран с Северной Европой.

В развитии необходимой для организации международных транзитных перевозок транспортно-логистической инфраструктуры актуализируется проблема привлечения инвестиций. По данным исследовательского агентства Infra News, минимальный требуемый объем инвестиций в проекты на границе России, Казахстана, Китая оценивается примерно 2,5 млрд. долл., а в ближайшей перспективе он увеличится до 10–12 млрд. долл. [5].

В условиях ограниченных инвестиционных поступлений наиболее результативным решением может стать использование региональной сети терминально-логистических центров и подводящей железнодорожной инфраструктуры с последующим их преобразованием в транспортно-логистические мультимодальные хабы, действующие с применением информационных технологий логистической координации. Наличие железнодорожного плеча предполагает активное участие в реализации решения крупнейшей транспортно-логистической компании России – ОАО «РЖД».

В рамках этой идеи становится необходимой проектная проработка следующих вопросов:

- 1) анализ существующей сетевой структуры транспортно-логистической системы РФ (основные объекты, их размещение, мощность, загрузка и т.д.);
- 2) изучение грузопотоков (актуальных и перспективных) и выработка основных сценариев развития транспортно-логистической системы;
- 3) выявление «узких мест» в организации и управлении транспортно-логистической инфраструктурой;
- 4) анализ и адаптация мирового опыта формирования транспортно-логистических хабов в сетевых структурах операторов железнодорожного транспорта;
- 5) параметрическое проектирование сети терминально-логистических центров (ТЛЦ) и логистическое проектирование ТЛЦ;
- 6) разработка комплекса разноуровневых моделей управления транспортно-логистическими мультимодальными хабами (уровень сети, уровень объекта сети, уровень элемента);
- 7) определение условий трансформации объектов логистической инфраструктуры ОАО «РЖД» в мультимодальные транспортно-логистические хабы;
- 8) обоснование принципов управления сетью региональных терминально-логистических центров ОАО «РЖД» на основе концептуальных положений логистического менеджмента и цифровой экономики;
- 9) создание эффективных моделей координации и управления сетью региональных терминально-логистических центров и транспортно-логистических мультимодальных хабов;
- 10) построение «дорожных карт» реализации проекта развития сети ТЛЦ и мультимодальных хабов.

Обозначенные направления работ в полной мере согласуются с приоритетами Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации (утв. указом Президента РФ от 01 декабря 2016 года №642), которые должны обеспечить «связанность территории Российской Федерации за счет создания интеллектуальных транспортных и телекоммуникационных систем, а также занятия и удержания лидерских позиций в создании международных транспортно-логистических систем» (п. 20, подпункт е).

Список литературы

1. 21 страна мира с лучшей инфраструктурой. 2 часть: 11–1 места [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://offshoreview.eu/2016/10/05/21-strana-mira-s-luchshey-infrastrukturoy-2-chast-11-1-mesta/> (дата обращения: 02.02. 2018).
2. *Быркова Е.* Индекс неэффективности российской логистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://провэд.рф/article/39078-indeks-neeftivnosti-rossiyskoy-logistiki-2016.html> (дата обращения: 06.02.2018).
3. *Кудряшов Н., Нечай А.* Транзитный потенциал: сущность, факторы реализации, подход к оценке // Журнал международного права и международных отношений. 2012. №3(62). С. 92–99.
4. Список стран по ВВП [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_стран_по_ВВП_\(номинал\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_стран_по_ВВП_(номинал)) (дата обращения: 05.02. 2018).
5. Транзитный потенциал России – новые решения для развивающихся рынков [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tass.ru/pmef-2017/articles/4291776> (дата обращения: 06.02.2018).

УДК 658

Юрченко Зинаида Владимировна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

АНАЛИЗ УРОВНЯ КОНТЕЙНЕРИЗАЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ОСНОВАНИИ ИНДЕКСА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация. Статья посвящена анализу уровня контейнеризации на основании индекса инновационного развития Российской Федерации. Исследован индекс инновационного развития и его субиндексы на основе данных Всемирного Банка и выявлены темпы их роста. Рассмотрены показатели контейнерооборота морских перевозок России. Выявлена взаимосвязь отстающих показателей субиндексов инновационного развития и контейнерооборота морских перевозок. Рассмотрены факторы, препятствующие эффективному развитию логистической системы контейнерных морских перевозок России. Разработаны мероприятия по улучшению уровня контейнеризации страны на основе индекса инновационного развития.

Ключевые слова: индекс инновационного развития (LPI), контейнеерооборот, субиндексы, контейнеризация, морские перевозки.

Yurchenko Zinaida, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

ANALYSIS OF THE LEVEL OF CONTAINERIZATION IN THE RUSSIAN FEDERATION BASED ON THE INNOVATION DEVELOPMENT INDEX

Abstract. The article is devoted to the analysis of the level of containerization based on the index of innovative development of the Russian Federation. The index of innovation development and its sub indices on the basis of World Bank data is investigated and the rates of their growth are revealed. The indicators of container turnover of sea transportations of Russia are considered. The interrelation between the lagging indicators of the sub indexes of innovative development and the container turnover of sea transportation is revealed. Factors that hamper the effective development of the logistic system of container shipping by Russia are considered. Measures have been developed to improve the level of containerization of the country on the basis of the index of innovation development.

Keywords: innovation development index (LPI), container turnover, sub indexes, containerisation, sea transportation.

Замедление роста мировой торговли подталкивает логистическую отрасль к реорганизации своих сетей, а следовательно, к внедрению инноваций. Повышая эффективности логистики и эффективность функционирования внутригосударственных систем, государство упрощает процедуры торговли и перевозок. Также стране необходимо решать глобальные задачи по повышению уровня профессионализма и компетентности кадров и регулирование воздействия на окружающую среду и обеспечение ее устойчивости.

Эффективность логистики страны зависит от множества факторов, в том числе инфраструктуры, нормативной базы, мер политики, географического положения и политической экономии.

С 2010 г. список стран с наилучшими показателями LPI (индекс инновационного развития) неизменен. Страны с низким уровнем доходов и наименьшей эффективностью логистики – это государства, не имеющие выхода к морю, малые островные государства или государства, пережившие вооруженные конфликты. Доминирующими странами логистической отрасли остаются Германия, Нидерланды и Сингапур.

В 2016 году Россия по индексу LPI заняла 102 место из 163 стран с показателем в 2,57. Для сравнения: в 2014 году индекс LPI составлял 2,69, при том что РФ имела 90 место из 160 стран [2].

Одним из наиболее проблемных показателей LPI для России является отслеживание прохождения грузов, так как виден явный спад в показателях. Также снизился уровень международных перевозок и показатели эффективности таможенного управления, что является следствием неэффективной работы таможенных органов, вызванной слабым информационным оснащением и недостатками в управлении организационной структурой.

Следует отметить положительную динамику, связанную с ростом показателей по субиндексам: качество логистических услуг и своевременность поставок. В этом направлении в РФ проводилась большая работа, дающая положительные результаты.

Таблица 1

Субиндексы LPI на основе данных Всемирного Банка

Субиндексы	2014 г.	2016 г.	Темп прироста, %
Эффективность таможенного управления	2,20	2,01	-8,7
Транспортная инфраструктура	2,59	2,43	-6,2
Международные перевозки	2,64	2,45	-7,2
Качество логистических услуг	2,74	2,76	0,08
Отслеживание прохождения грузов	2,85	2,62	-8,1
Своевременность поставок	3,14	3,15	0,03

Известно, что современная экономика характеризуется нарастающими темпами межрегиональной интеграции, а значит, все большей интенсификацией грузопотоков. Ухудшение конъюнктуры морских грузоперевозок в портах РФ вследствие кризиса и санкций в начале 2015 года в наибольшей степени затронуло именно контейнерный сегмент. Основной спад контейнерооборота приходится на импорт и перевалку порожних контейнеров. Контейнерооборот портов России в 2014 г. сократился на 1,3% и составил 5,28 млн. TEU. Грузовой экспорт составил 919,6 тыс. TEU (+20,2%), порожний экспорт – 1,39 млн. TEU (-9,7%), импорт – 2,29 млн. TEU (-2,7%), транзит – 100,5 тыс. TEU (+6,6%), каботаж – 586,1 тыс. TEU (-3%). Контейнерооборот портов России по итогам 2016 года составил 3,99 млн., что на 1,29 TEU меньше, чем в 2014 году, сообщает Ассоциация морских торговых портов РФ (АСОП) [1].

Проследив взаимосвязь показателей эффективности логистики, можно сделать вывод о взаимосвязи снижения контейнерооборота в последний год и ухудшение номенклатуры субиндексов (эффективность таможенного управления, отслеживание груза, международные перевозки), что говорит о необходимом развитии логистической инфраструктуры контейнерных перевозок. Соответственно, все большее значение для участников логистического процесса приобретает пропускная способность – одна из важнейших характеристик логистического канала или его отдельного звена.

При реализации логистического процесса также важным является экономия хотя бы часа времени на погрузо-разгрузочных операциях. Вводить же подобные изменения только в рамках своей цепи поставок способны лишь компании-генераторы достаточно мощных грузопотоков, хотя и для них можно ожидать заметного роста транзакционных затрат, связанных с согласованием деятельности отдельных участников цепи поставок.

Снижение контейнерооборота отмечено во всех бассейнах РФ, кроме Арктического, порты которого за 8 месяцев 2015-го нарастили перевалку контейнеров на 6,8% относительно аналогичного периода 2014 года, до 86,04 тыс. TEU (каботаж увеличился на 14,1%, до 81,21 тыс. TEU). Это связано с повышением курса доллара, так как импортная продукция стала значительно дороже и объемы ее потребления снижаются. В свою очередь, цена на отечественные товары стала привлекательнее для импортеров из других стран, их начали более активно закупать, отсюда рост перевозимых грузов в экспорте.

Участники рынка полагают, что в перспективе порты Азово-Черноморского и Дальневосточного бассейнов за счет расширения и модернизации инфраструктуры, скорее всего, все-таки перетянут на себя часть тех грузов в контейнерах, которые раньше шли через порты Балтийского бассейна [4].

К основным факторам, препятствующим эффективному развитию логистической системы контейнерных морских перевозок в России относятся:

- плохая транспортная инфраструктура, в частности возле таможен;
- высокие ставки аренды складских помещений
- слабо развитый рынок 3PL-провайдеров.

Используя улучшения показателей субиндексов LPI как один из инструментов повышения качества логистической системы улучшения ее индекса на мировой арене, целесообразно предложить следующие мероприятия по улучшению контейнеризации:

1. Обновление программных и технических средств; совершенствование нормативной базы; применение электронного декларирования, что позволило бы сократить время проведения таможенных операций.
2. Развитие инфраструктуры автодорожных пунктов пропуска; развитие кадрового потенциала, что улучшило бы условия для таможенного оформления и увеличило бы скорость обслуживания.
3. Таможенное оформление импортных поставок с применением электронного декларирования.
4. Организация работы в стране 3PL, 4PL и в перспективе 5PL – логических провайдеров.
5. Модернизация контейнеров (а вместе с ним и технологии проведения погрузо-разгрузочных операций и, соответствующей логистической инфраструктуры, что позволит увеличить пропускную способность и будет способствовать интенсификации процессов в рамках всей логистической системы).

Таким образом, несмотря на субъективную оценку развития логистической системы на основании индекса эффективности логистики LPI, его анализ может оказать существенное влияние на положительные тенденции ее развития в нашей стране.

Список литературы

1. Ассоциация морских портов России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://morport.msk.stalcom.net/rus/news/document1072.shtml> (дата обращения: 06.02.2018).
2. Всемирный банк [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://data.worldbank.org/country/russian-federation?locale=ru> (дата обращения: 05.02.2018).
3. Объемы экспортно-импортных перевозок из/в Европу по регионам [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.shippersvoice.com/wpcontent/uploads/2011/05/ctstradenews_may_2011.pdf (дата обращения: 05.02.2018).
4. Рыкалина О. Теоретико-методические основы логистики инноваций. Статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.logistikaprim.ru/sites/default/files/L-39-41.pdf> (дата обращения: 05.02.2017).
5. Федеральная служба Государственной Статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science (дата обращения: 05.02.2018).

Раздел IX
Инновации маркетинговых моделей
и управление покупательским опытом
в условиях диджитал трансформации

УДК 339.138

Буслаева Юлия Николаевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

МАРКЕТИНГ ВПЕЧАТЛЕНИЙ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ РЫНКАХ

Аннотация. Концепция маркетинга впечатлений является актуальной темой для научного сообщества, а также для практикующих специалистов, поскольку позволяет более широко смотреть на потребителя, который согласно этой концепции, делает свой выбор не только рационально, оценивая свойства и преимущества продукта, и приобретаемые для себя выгоды, но и еще под воздействием впечатлений, которые получает при взаимодействии с компанией.

Однако, изучая данную тему, автор приходит к выводу, что использование маркетинга впечатлений преимущественно рассматривается применительно к потребительским рынкам, исключая рынки промышленные.

В данной работе рассматривается вопрос о возможности применения маркетинга впечатлений на промышленных рынках с целью формирования положительных переживаний, влияющих на потребительский выбор.

Ключевые слова: маркетинг впечатлений, потребительские переживания, эмоции в маркетинге, маркетинговые коммуникации на промышленных рынках.

Buslaeva Julia, N.
Saint-Petersburg State University of Economics

EXPERIENTIAL MARKETING IN INDUSTRIAL MARKETS

Abstract. The concept of experiential marketing is an urgent topic for the scientific community, as well as for businessmen, as it allows to look more widely at the consumer who, according to this concept, makes his choice not only rationally, evaluating the properties and advantages of the product, and the benefits, but also under the influence of impressions, which is obtained when interacting with the company.

However, when studying this topic, the author concludes that the use of experiential marketing is mainly considered in relation to consumer markets, excluding industrial markets.

In this paper, the author marks and considers the question of the possibility of using experiential marketing in industrial markets with the aim of forming positive experiences among industrial buyers influencing their choice.

Keywords: experiential marketing, consumer experiences, emotions in marketing, marketing communications in industrial markets.

Маркетинг впечатлений, в отличие от традиционного маркетинга, исходящего из рационального поведения потребителя, который стремится обрести преимущества (потребительские выгоды), опираясь на функциональные свойства продукта, апеллирует к созданию потребительских переживаний.

Переживания – это проявления частной жизни, возникающие как ответная реакция на некие внешние стимулы (например, на маркетинговые действия, предпринимаемые до и после покупки). Переживания затрагивают все аспекты человеческой натуры. Нередко они формируются вследствие прямого наблюдения и (или) участия в каких-то событиях [1].

Промышленный рынок – полон точных технических характеристик и свойств продукции, а потребитель – вдумчив и рационален. Однако решения также принимают люди. Возникает вопрос: применим ли эмпирический подход к маркетингу на промышленном рынке? В качестве промышленного рынка в данной работе будем рассматривать рынок ППТН как наиболее сложный и не исследованный с точки зрения маркетинга [6].

Для того чтобы ответить на вышепоставленный вопрос, рассмотрим основные типы переживаний, которые формируются у клиентов на потребительских рынках, и проанализируем, могут ли они возникать у промышленных покупателей, и какие инструменты воздействия можно для этого применить.

Выделение типов переживаний базируется на идее о наличии в мозге человека функциональных зон, которые отвечают за возникновение различных типов впечатлений [1]. Согласно Б. Шмитту, это:

- *сенсорные впечатления* (ощущения). Возникают через зрение, слух, осязание, восприятие вкуса и запахов;
- *эмоциональные впечатления* (чувства). Это аффективные переживания, начиная с благоприятного отношения к бренду, заканчивая сильными эмоциями радости и гордости;
- *когнитивные* (мыслительные). Это переживания познания, разрешения проблем, реализация творческого потенциала человека;
- *физические переживания* (деятельные). Протяженное во времени действие индивида от телесных ощущений до более общих категорий поведения и образа жизни;
- *впечатления соотнесения* (опыт взаимоотношений, то есть ощущение принадлежности к группе, обществу, культуре) [1].

Рассмотрим основные источники формирования данных потребительских переживаний (практические инструменты маркетинга впечатлений) и возможность их применения на промышленных рынках. В данной работе рассматриваются офф-лайн инструменты.

1. Инструменты коммуникативной политики – ATL

Поскольку промышленные рынки – очень узкие, то традиционные средства массовой информации (радио, телевидение, пресса) не являются эффективными для рекламы ППТН. Исключение составляют печатные специализированные СМИ, которые имеют четкую, узкую аудиторию.

Подавляющее большинство рекламных модулей в промышленных печатных СМИ – это обилие текста, перечисление всех свойств и преимуществ товара и небольшие изображения продукции, поддерживающие описание. Потребитель не испытывает никаких переживаний, а лишь анализирует товар, используя рациональный подход. С точки зрения маркетинга впечатлений, структура рекламного модуля должна быть иной: слоган, небольшой текст, крупное, эффективное изображение.

Крупное, яркое, под эффектным ракурсом изображение продукта формирует положительные *зрительные ощущения* (сенсорные). Помимо сенсорных потребитель может испытать *деятельные переживания*, связанные с образом действий, стилем жизни. На промышленном рынке – это стиль работы и хозяйствования. Например, реклама новых станков, не отдельно, а в среде цеха позволит промышленному потребителю наглядно увидеть и представить, каким может быть его новое пространство, испытать желание работать в такой среде и окружении. Также эффективные, яркие изображения могут положительно влиять на образ и имидж воспринимаемого товара (и производителя), вызывая тем самым переживания соотнесения у потребителя.

2. Инструменты коммуникативной политики – BTL

Этот блок содержит большое число инструментов формирования потребительских впечатлений на промышленном рынке, так как предполагает прямое взаимодействие сторон и активное вовлечение потребителя в коммуникацию. Среди них могут быть: профессиональные выставки, презентации продукции, display- и шоу-румы, демонстрационные стенды, конфигураторы продукта и длительные тест-драйвы оборудования.

Отдельно здесь нужно отметить прямой маркетинг и в особенности личные продажи, которые на промышленном рынке являются одним из инструментов продвижения и при этом богатым источником для формирования потребительских впечатлений, поскольку являются face-to-face коммуникацией.

3. Словесно-образные формы

К словесно-образным формам в маркетинге относятся название, логотип, слоган, брендовые персонажи, фирменный стиль. Рассматривая их отдельно как инструмент формирования впечатлений (вне контекста бренда в целом, о чем речь пойдет далее), нужно отметить, что созданные с помощью эмпирического подхода, данные инструменты могут обезличить компанию и лишить ее доверия со стороны покупателя по причине слабой корреляции с промышленным сектором. Единственный прием здесь – это использование в качестве фирменного персонажа «звездного» эксперта – на протяжении всего цикла рекламной кампании. Экспертность данного персонажа поддержит профессиональную репутацию компании, а известность создаст интеллектуальный wow-эффект, вызвав тем самым яркие *мыслительные впечатления* у потенциального клиента.

4. Сам продукт

Как уже было рассмотрено выше, для промышленного покупателя продукт является набором свойств и преимуществ, необходимых для решения конкретных производственных задач. Упаковка также носит функциональный характер, так как призвана обеспечивать различные условия транспортировки и хранения.

Какие же параметры продукта могут стать объектом маркетинга впечатлений? Прежде всего, это дизайн и эргономика. Это не относится к сырью, материалам или полуфабрикатам. Но в случае с оборудованием, они могут стать важными факторами при выборе. Хорошие эргономические характеристики формируют положительные *сенсорные впечатления* в процессе эксплуатации. Также внешний вид оборудования и цеха в целом может вызывать эстетическое наслаждение предпринимателя и приводить в профессиональный восторг по поводу того, как его завод выглядит (соотнесение с лучшими). Подобные *деятельные переживания*, связанные с образом ведения бизнеса и стилем работы, и впечатления соотнесения себя с лучшими образцами отрасли также положительно влияют на выбор продукта.

Еще один параметр – это инновационность. Инновационность помимо влияния на функциональные свойства продукта, может еще быть источником мощных *мыслительных впечатлений* клиента от того, что он обладает продуктом последнего поколения, который дает ему дополнительные преимущества и ставит его бизнес на новый уровень.

5. Брендинг

Роль брендинга на промышленном рынке важна не в меньшей степени, чем на потребительском, с той лишь разницей, что получаемые выгоды бренда относятся не к потребителю-индивидууму, а к потребителю-специалисту. То есть, например, в случае с символическими выгодами (личное самовыражение и социальное одобрение) [5] они означают самовыражение человека как предпринимателя и одобрение не у социума, а у бизнес-сообщества.

Взаимодействие с известной успешной компанией на промышленном рынке может стать источником получения важных впечатлений соотнесения и, как следствие, положительное и длительное сотрудничество. Создание впечатлений является важной составляющей ценностно-ориентированного подхода в брендинге, который позволяет создавать «запрограммированные» ассоциации, делая поведение потребителей более предсказуемым и способствуя формированию их лояльности [2].

6. Пространственное окружение, среда

Пространственная среда включает в себя экстерьер, интерьер, организацию пространства, где происходит коммуникация компании с клиентом, а также создание атмосферы, с помощью арома-, свето- или аудиоэффектов.

Существует понятие «промышленный дизайн», задачей которого является создание привлекательных решений для промышленной среды, обеспечивающих не только функциональные параметры работы, но и влияющих на настроение, телесные ощущения и общий профессиональный климат внутри используемого пространства.

Эмпирические решения по пространственному окружению актуальны для шоу-румов (выставочных залов), демонстрационных цехов, офисных помещений, а также экстерьеров зданий компании-производителя. Помимо *сенсорных и эмоциональных ощущений*, описанных выше, пространственная среда может подчеркивать характер компании и основное преимущество, например, инновационность, тем самым генерируя у потребителя важные *впечатления действия и соотнесения*.

7. Люди (персонал)

Люди являются сильным источником впечатлений друг для друга, и промышленные коммуникации в случаях, когда они происходят с помощью живого контакта, не являются исключением. Живое взаимодействие может вызвать полный спектр впечатлений для потребителя – от *сенсорных* и *эмоциональных* до *мыслительных*, *деятельных* и даже *впечатлений соотнесения*.

Ситуаций взаимодействия может быть множество. Чтобы эффективно использовать данный инструмент для формирования впечатлений клиента, необходимо понимание эмпирического подхода руководством компании и дальнейшее его распространение среди сотрудников.

8. Клиентский сервис

С точки зрения формирования впечатлений клиентский сервис на промышленном предприятии можно поделить на две составляющие:

- 1) оптимизация бизнес-процессов для максимального удобства и эффективной работы бизнеса клиента;
- 2) философия заботы о клиенте.

В первом случае под качеством клиентского сервиса понимаются такие инструменты как высокая дисциплина отгрузок с точностью до дня, короткий производственно-логистический период исполнения, информационное сопровождение заказов [4]. Использование этих инструментов в комплексе и в постоянном режиме, будет давать клиентам постоянный приток положительных впечатлений при взаимодействии с компанией.

Второй пункт связан с идеей о том, что чтобы произвести впечатление на человека, не нужны фанфары и красная дорожка: необходимо просто прийти на помощь, когда он в этом нуждается. Забота о впечатлениях клиента – это не инструменты, а ценности компании или даже ее философия. Использование и управление маркетингом впечатлений прежде всего упирается в глубокое чувство уважения к клиенту [3]. А выражается это уважение в простых вещах, таких как вежливый ответ на телефонный звонок, дружелюбный тон консультации, вовремя отправленное письмо и многие другие, ежедневно используемые в том числе и на промышленных рынках.

Несмотря на то, что продукция производственно-технического назначения приобретается для решения конкретных производственных задач, и промышленный покупатель должен действовать рационально, оценивая свойства продукта и получаемые для себя выгоды, производитель и поставщик ППТН может дополнительно влиять на покупателя, формируя положительные впечатления при взаимодействии, применяя для этого инструменты маркетинга впечатлений. Промышленный покупатель может получать весь спектр впечатлений (сенсорные, эмоциональные, мыслительные, деятельные и впечатления соотнесения), делая свой опыт взаимодействия с компанией более богатым и запоминающимся.

Таким образом, маркетинг впечатлений на промышленном рынке может с успехом дополнять традиционный маркетинговый подход, делая предложение более привлекательным, а клиента – более вовлеченным в процесс покупки и взаимоотношения с компанией.

Список литературы

1. *Schmitt B.H.* Experiential marketing: how to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands. THE FREE PRESS NewYork, 1999.
2. *Давыденко Е.А., Аренков И.А.* Ценностно-ориентированный подход в брендинге // Бренд-менеджмент. 2012. №1. С. 2–7.
3. Электронное издательство «Искер Медиа» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://and.kz/site/article/802> (дата обращения: 18.01.2018).
4. Логистика и управление цепями поставок [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.lscm.ru/index.php/ru/po-godam/item/421> (дата обращения: 10.02.2018).
5. *Старов С.А.* Управление брендами: Учебник. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2015. 500 с.

УДК 658.8

Ванюшкина Вера Владимировна
Ростовский государственный
экономический университет

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ БРЕНДИНГА В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ВУЗА

Аннотация. Рассмотрена возможность применения имитационной модели при создании стратегии развития вуза. Отмечено, что создание бренд стратегии вуза нацелено на наращивание его социально-этического потенциала с учётом целей и приоритетов развития вуза и системы высшего образования страны. Обосновано, что методика маркетингового форсайтинга позволяет сфокусировать политику бренд-менеджмента вуза на процесс совместного создания социально-этической ценности.

Ключевые слова: бренд, стратегия вуза, социально-этические ценности, форсайтинг, бренд-менеджмент.

Vanyushkina Vera, V.
Rostov-Don State University of Economy

EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE PUBLIC PROCUREMENT LOGISTICS

Abstract. The possibility of using the imitational model in the development of the university development strategy is considered. It was noted that the creation of the university's strategy is aimed at the development of the country's education system. It is substantiated that the marketing forseeing technology allows to focus on the policy of branding of social and ethical values.

Keywords: brand, university strategy, social and ethical values, forseeing, brand management.

Создание бренд стратегии вуза нацелено на наращивание его социально-этического потенциала с учётом целей и приоритетов развития вуза и системы высшего образования страны, что подтверждает необходимость применения

бренд менеджмента и стратегического маркетинга с целью повышения результативности брендинга в координатах бренд стратегии региона и страны. Имитационная модель бренда вуза как образное представление объекта исследования и идентификация его ключевых характеристик играет ключевую роль при формировании стратегии вуза. Е.С. Аكوпова, Н.В. Пржедецкая, исследуя возможности моделирования в маркетинговой деятельности, отмечают, что «среди экономико-математических методов в маркетинговых исследованиях наиболее часто используются корреляционные и регрессионные методы, теория игр, теория массового обслуживания, линейное и нелинейное программирование, кластерный анализ. Эти методы применяют для установления взаимосвязи между группами переменных, характеризующих маркетинговые ситуации» [1, с. 186].

Ранее были выделены параметры бренда вуза [5, с. 20] в разрезе возможностей активизации его социально-этических характеристик, что позволяет провести сегментацию брендов по эффективности, составить представление об их особенностях и типаже.

Известны и модели маркетингового взаимодействия, разрабатываемые с помощью диджитал технологий [4, с. 67].

В.В. Борисова, рассматривая вопросы моделирования в маркетинге, отмечает, что для «современного этапа развития теории и практики маркетинга характерна новая система взглядов, изменяющая традиционное представление о методах моделирования, позволяющая полнее использовать возможности инноваций и идей творческого (креативного) мышления. Традиционные инструменты маркетинга становятся менее результативными, наблюдается тенденция снижения отдачи на единицу вложенных в них средств [2, с. 253]».

Соглашаясь с такой точкой зрения, можно отметить, что применительно к формированию стратегии вуза использование традиционных методов моделирования не позволяет учесть особенности социально-этического форматирования параметров бренда вуза, что предопределило применение подходов, базирующихся на синтезе имитационных и эволюционных методик.

Изучение литературных источников по данной проблематике показало, что имитационные модели изначально относятся к динамическим моделям, в том смысле, что в них присутствуют временные параметры. Это проявляется при анализе вариантов развития объекта исследования, при согласовании управленческих решений. Эти аналитические операции являются интегративными. При этом шаги (интеграции) происходят в режиме реального времени. Вместе с тем, имитационным моделям свойственна и адаптивность, поскольку их параметры постоянно уточняются и совершенствуются в ходе исследования. Эти модели могут быть детерминированными и вероятностными. На практике мы чаще сталкиваемся с вероятностными имитационными моделями, совокупность параметров которых составляют стохастические элементы.

Имитирует исследуемый процесс специальный набор алгоритмов, предназначенный для решения и анализа аналитических задач, включая необходимость ввода и вывода информации, или формирования дополнительной базы данных.

Обобщая терминологические конструкции моделирования в маркетинге, В.В. Борисова подчёркивает, что чаще всего термин «модель» используют в

расширительной трактовке. С её точки зрения, «в моделях пытаются выразить всё многообразие научных построений, отмеченных чертами систематизации и регуляризации. Примерами могут служить теории сегментирования рынка, позиционирования продукта, модели поведения потребителей и другие. Интерес к такому роду моделей объясняется предположением о наличии у них способности заменять объект исследования и быть при этом более доступными для изучения, чем сам моделируемый объект. Но такое свойство модели обеспечивается лишь при определённых условиях: достижении сходства модели и объекта моделирования, а также упрощением несущественных для данного исследования присущих ему свойств» [2, с. 263].

Таким образом, модели, применяемые в маркетинговой практике, имеют определённые отличия: «конструирование модели осуществляется на основе тщательного предварительного изучения объекта исследования и выделения его существенных характеристик; проводится теоретический и экспериментальный анализ модели; полученные результаты сопоставляются с данными об объекте; при необходимости обязательно проводится корректировка модели» [2, с. 253].

Обобщая модельные, аналитические и экспертные методы формирования бренда вуза как инструмента реализации целевых установок, на базе которых происходит переход вуза в более качественное социально-этическое состояние, во взаимодействии с особенностями маркетингового моделирования, важно обратить внимание на совокупность факторных условий, обеспечивающих возможность совместного создания социально-этической ценности бренда. Для этого применим инструментарий маркетингового форсайтинга [3, с. 205].

В результате анализа совокупности факторных условий, обеспечивающих возможность совместного создания социально-этической ценности бренда и применения маркетингового форсайтинга, нами идентифицированы и измерены внутренние и внешние связи участников совместного создания социально-этической ценности, определена роль бренд-менеджмента вуза в этом процессе.

Нами был применён подход, именуемый «построение дорожных карт». Исходя из предмета нашего исследования, мы руководствовались необходимостью поддержки высокого качественного уровня образовательной деятельности вуза. На практике это реализуется в «продуктовых дорожных картах», концентрирующих в себе информацию о направлениях подготовки специалистов и комплексе образовательных программ. «Инновационная дорожная карта» формирует пакет современных образовательных технологий, включая цифровую трансформацию образовательных процессов. «Социально-ориентированная дорожная карта» – это принципиально новая разновидность дорожной карты, нацеленная на формирование социально-этических норм в сфере образования, патриотического мировосприятия и мировоззрения. В данном контексте социально-этические параметры бренда – важный этап формирования дорожных карт вуза.

Методика маркетингового форсайтинга позволяет сфокусировать политику бренд-менеджмента вуза на процесс совместного создания социально-этической ценности и постановку комплекса целей и задач повышения социально-этической роли вуза.

Анализ структурных «связок» в процессе совместного создания социально-этической ценности типичных бренд-стратегий, факторных ограничений и стимулирующих источников, позволил выявить неоднородность параметров бренда. Логическим следствием этого процесса является когнитивная схема бренда вуза, моделирующая его в имитационном виде.

Список литературы

1. *Акопова Е.С., Пржедетская Н.В.* Маркетинговое управление и формирование «новой экономики» современного российского общества: Монография. М.: Изд. дом «Научная библиотека», 2016. 264 с. С. 186.
2. *Борисова В.В.* Моделирование в маркетинге / Маркетинг взаимодействия. Концепция. Стратегия. Эффективность. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009.
3. *Багиев Г.Л., Длигач А.А., Мерфет Х., Фритц В.* Диверсификация функций маркетинга и восприятие потребителем товарных ценностей: форсайт-технологии маркетинга в условиях построения системной экономики // Проблемы современной экономики. 2014. №3(51). С. 205–210.
4. *Ванюшкина В.В.* Цифровая трансформация маркетинговой деятельности // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2016. №1(97). С. 67.
5. *Ванюшкина В.В.* Ключевые параметры бренда вуза // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2017. №1(57). С. 20–29.

УДК 339.138

Горохова Анна Евгеньевна
Секерин Владимир Дмитриевич
Институт проблем управления
им. В.А. Трапезникова РАН,
Москва

ПОТЕНЦИАЛ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ

Аннотация. Перспективным направлением развития взаимоотношений транспортных компаний со своими потребителями выступает формирование системы комплексного транспортного обслуживания с применением механизмов логистики и маркетинга. Коммуникативная стратегия является одним из важных эффективных способов управления взаимодействием между брендами и потребителями. В основе этой стратегии, в первую очередь, лежит концепция позиционирования. Для транспортной компании создание правильного позиционирования своих продуктов играет большую роль и определяет целевые аудитории, направление развития, тип продуктов и цен. При стратегическом планировании продвижения новых товаров или услуг большое внимание уделяется медиастратегии, при формировании которой определяют масштабы, сроки, интенсивность применения различных типов медиаканалов при проведении рекламной деятельности. Медиастратегия способствует превращению требований маркетинга в четкие медиацили. В современных условиях активно развивающимся направлением маркетинга является мобильный маркетинг, основу которого составляет широкий ряд интерактивных беспроводных устройств таких как смартфон, мобильный телефон,

планшетный компьютер, нетбук, ноутбук и другие. Для них характерна персонализированность, портативность, удобство, возможность использования из любого местонахождения, возможность подключения к сети интернет. Применение мобильных устройств как значимого канала коммуникации обусловлено тенденциями изменения медиа потребления целевых групп потребителей. Выявлены факторы, способствующие росту мобильного маркетинга транспортно-логистической компании, и факторы, сдерживающие его развитие.

Ключевые слова: стратегический коммуникационный маркетинг, инновационные маркетинговые технологии, позиционирование, коммуникативная стратегия, мобильный маркетинг, медиастратегия.

**Gorokhova Anna, E.
Sekerin Vladimir, D.**

Institute of Control Sciences named V.A. Trapeznikov
of Russian Academy of Sciences, Moscow

POTENTIAL OF STRATEGIC MARKETING IN DEVELOPMENT OF TRANSPORT LOGISTICS

Abstract. As the perspective direction of development of relationship of transport companies with the consumers formation of system of complex transport service with use of mechanisms of logistics and marketing acts. Communicative strategy is one of important effective ways of management of interaction between brands and consumers. First of all, the concept of positioning is the cornerstone of this strategy. For transport company creation of the correct positioning of the products plays large role and defines target audiences, the direction of development, type of products and the prices. At strategic planning of advance of new goods or services much attention is paid to media strategy at which formation determine scales, terms, intensity of application of various types of media channels when carrying out advertizing activity. Media strategy promotes transformation of requirements of marketing into the accurate media purposes. In modern conditions actively developing direction of marketing is mobile marketing which basis a wide number of interactive wireless devices such as the smartphone makes, the mobile phone, the tablet computer, the netbook, the laptop and others. For them the personalizirovannost, portability, convenience, possibility of use from any location, possibility of connection to the Internet is characteristic. Use of mobile devices as significant channel of communication is caused by tendencies of change of media of consumption of target groups of consumers. The factors promoting growth of mobile marketing of the transport and logistic company and the factors constraining its development are revealed.

Keywords: strategic communication marketing, innovative marketing technologies, positioning, communicative strategy, mobile marketing, media strategy.

Перспективным направлением развития взаимоотношений транспортных предприятий и организаций со своими потребителями выступает формирование системы комплексного транспортного обслуживания с применением механизмов логистики и маркетинга. Коммуникативная стратегия является одним из важных эффективных способов управления взаимодействием между брендами и потребителями. В основе этой стратегии, в первую очередь, лежит концепция позиционирования. Для компании создание правильного позиционирования своих продуктов играет большую роль и определяет целевые аудитории, направление развития, тип продуктов и цен.

В коммуникативной стратегии дается ответ на основной вопрос: «Что желает клиент (потребитель)? Как удовлетворить его желания?». Разработать кон-

кретные меры для развития компании и привлечения потенциального потребителя, впечатлить потребителей товаром (услугой) и убедить потребителей в правильности их выбора можно только после понимания психологии целевой аудитории, ее потребностей. Для транспортно-логистической компании следует определить коммуникативные цели рекламной кампании, закрепить на рынке позицию своей торговой марки. В большей степени позиционирование по своему содержанию представляет собой долгосрочную стратегию. В связи с этим позиционированию должны быть присущи устойчивость и приспособленность к будущему развитию, то есть способность к эволюции и изменениям в периоды роста, зрелости и спада бренда или компании. Под позиционированием понимают образ компании в глазах потребителей, их соображения в отношении компании, продукции или услуг. Поэтому решающим значением обладает понимание того, что в перспективе позиция компании должна определяться потребителем, а не самой компанией. В основе позиционирования должна лежать получаемая выгода. Позиционирование состоит из четырех элементов: позиционирования организации, позиционирования товаров, позиционирования бренда, позиционирования торговых марок на рынке [3, с. 54].

Для продвижения новых товаров и услуг на рынке сначала нужно провести стратегический анализ рынка, чтобы понять, каким образом лучше выстроить стратегию по продвижению нового товара или услуги. Изучая теорию стратегического маркетинга, можно сделать вывод о том, что существует немало различных методов, но основной посыл сводится к двум важным направлениям: анализ внешней среды: макроокружение и микроокружение; анализ внутренней среды. Изучение источников показало, что выделяют ряд так называемых матричных методов, которые зависят от уровня решения задач и уровня самого стратегического планирования (корпоративного, бизнес-уровня, функционального): матрица Бостонской консультативной группы (БКГ), матрица Мак-Кинзи, SWOT-анализ [1, с. 78]. В зависимости от уровня решаемых задач список таких матричных методов еще больше расширяется и включает в себя не только первичный анализ, но и анализ рынка и отрасли, дифференциации, качества, маркетинговой стратегии, стратегии управления (руководство), персонала. Всего их насчитывается порядка 40 [4].

Используя матрицу Бостонской консультативной группы, можно оценить, какие продукты (товары, услуги) компании занимают ведущее положение на рынке, имеют конкурентные преимущества перед другими, благодаря чему компания может перераспределить свои стратегические финансовые ресурсы между различными продуктами. БКГ строят для каждого из них по следующим показателям: объемы продаж в стоимостном выражении, рыночные доли продуктов по сравнению с самым сильным и крупным конкурентом, темпы роста рынка. Данная матрица позволяет изучать показатели в динамике во времени.

Матрица Мак-Кинзи была разработана одноименной компанией, которая усовершенствовала Бостонскую матрицу (БКГ). Это позволяет получить более полное представление о том, каковы стратегические позиции фирмы за счет выбора ею конкретных стратегических решений. В рамках матрицы Мак-Кинзи анализ проводится с учетом ряда следующих факторов (см. табл. 1).

Факторы, используемые в матрице «Мак-Кинзи»

Привлекательность рынка	Стратегическое положение
Характеристика рынка	
Размер рынка (объем продаж в денежном и натуральном выражении)	Доля фирмы на рынке
Размеры ключевых сегментов	Степень участия фирмы в диверсификации
Диверсифицированность	Влияние фирмы на рынок
Чувствительность рынка к уровню обслуживания, изменениям внешних факторов	Характер отношений в фирме
Склонность к цикличности	Воздействие на позицию фирмы потребителей
Склонность к сезонности	
Воздействие поставщиков	

Из таблицы видно, что, сопоставляя характеристики рынка с точки зрения их привлекательности со стратегическим положением самой компании, можно выявить ее реальные возможности и наметить пути для усиления позиций в целом. По нашему мнению, данная матрица дает возможности для анализа положения компании на рынке, потому что здесь как раз учтены многие ключевые показатели, по которым обычно идет оценка их устойчивости в целом.

Еще одна матрица, которую можно использовать в ходе стратегического анализа применительно к транспортным компаниям, – это SWOT-анализ (сокращение от первых букв слов: strength – сила, weakness – слабость, opportunity – возможность, threat – угроза). Главное достоинство этого метода состоит в том, что он комплексно исследует внешнюю окружающую среду и ресурсный потенциал (внутренняя среда) самой компании. Первые два слова strength и weakness характеризуют показатели, по которым оценивается, в чем состоят сильные и слабые стороны компании. Два следующих слова opportunity и threat связаны с анализом окружающей среды. Соответственно, по этим показателям оцениваются возможности компании на рынке, имеющиеся у нее преимущества перед конкурентами, а также выявляются основные угрозы, которые препятствуют или в будущем могут усугубить позиционирование транспортной компании на рынке [2, с. 98].

При стратегическом планировании продвижения новых товаров или услуг большое внимание уделяется медиастратегии, при формировании которой определяют масштабы, сроки, интенсивность применения различных типов ме-

диаканалов при проведении рекламной деятельности. Медиастратегия способствует превращению требований маркетинга в четкие медиациели.

Стратегическое планирование продвижения новых товаров требует использование медиастратегии, которая включает в себя разные направления коммуникаций: рекламу, пиар, прямой маркетинг, а также стратегический анализ рекламного пространства, включающий в себя знание образов, слов, знаков.

В современных условиях активно развивающимся направлением маркетинга является мобильный маркетинг. Несмотря на то, что большинство маркетологов и участников рынка считают его «очень перспективным» или «довольно перспективным», в русскоязычных словарях маркетинговых терминов мобильный маркетинг еще не нашел своего отражения. Международная организация «Ассоциация мобильного маркетинга» предлагает следующее определение: «Мобильный маркетинг – это набор маркетинговых мероприятий, позволяющих организациям взаимодействовать со своей аудиторией интерактивным, наиболее подходящим способом посредством любого мобильного устройства или сети» [5]. Основу мобильного маркетинга составляет широкий ряд интерактивных беспроводных устройств таких как смартфон, мобильный телефон, планшетный компьютер, нетбук, ноутбук и другие. Для них характерна персонализированность, портативность, удобство, возможность использования из любого местонахождения, возможность подключения к сети интернет. Применение мобильных устройств как значимого канала коммуникации обусловлено тенденциями изменения медиа потребления целевых групп потребителей. В большинстве маркетинговых коммуникаций они используются наряду с другими медиа каналами в качестве вспомогательного медиа. Наиболее часто совместно с интернет, социальными медиа и телевидением.

К факторам роста мобильного маркетинга можно отнести: высокий охват аудитории мобильными устройствами; постоянную доступность целевой аудитории; бурное развитие мобильных и интернет технологий; динамично растущий охват мобильного интернета; рост электронной коммерции; рост количества смартфонов и планшетов.

Составляющие мобильного маркетинга многообразны и находят свое применение не только в продвижении различного рода благ, но и по другим направлениям маркетинга.

В аналитических отчетах многих исследовательских компаний, в том числе и WARC отмечается, что определяющими факторами роста маркетинговых бюджетов в 2016 году в мире остаются интернет и мобильные медиа. Перспективы и взрывной рост мобильного маркетинга отечественные специалисты ожидают уже много лет, но объективные результаты стали прослеживаться лишь в настоящее время. К ключевым сдерживающим факторам можно отнести: отсутствие независимого измерителя рынка; недостаток опыта и знаний участников рынка; отсутствие высокой скорости передачи данных на отдельных территориях.

Независимые статистические данные рынка выступают основой принятия решений. В настоящее время на российском рынке отсутствует независимый измеритель, что ограничивает получение достоверных унифицированных статистических данных, аналитические возможности, сдерживает инвестиции в этот канал

коммуникации. Более активно к мобильному маркетингу обращаются компании из категорий товаров повседневного спроса, ритейла, авто, финансов. Объем предоставляемых по мобильным размещениям данных значительно ниже по сравнению с десктопным размещением. Одной из проблем является неприменимость данных «cookie» в мобильных приложениях. То есть невозможно проследить действия пользователей внутри приложений. Если смотреть шире, можно отметить, что для индустрии в целом назрела проблема идентификации пользователей в рамках комплекса каналов коммуникации. По мнению авторов, рынок подошел к объективной необходимости появления инструментов для достоверного планирования и контроля по целевой аудитории, а не по отдельным медиа каналам. Необходимы единые базы и подходы для эффективного проведения кросс-медийных кампаний, основанные на использовании идентификационной информации потребителя.

Проблема ограниченности измерений влияет на все рынки, в том числе и на транспортно-логистических услуг. На российском рынке она стоит более остро, так как он отстает в развитии. Но по мере оттачивания методов эффективного использования крупными транснациональными компаниями нового канала коммуникации этот опыт постепенно применяется и в нашем регионе, так как российский рынок занимает важное место в структуре их доходов. На основании опроса сотрудников ряда ведущих медийных холдингов России, было выявлено, что большинство крупных компаний уже имеет отдельную стратегию по мобильному маркетингу и бенчмарки относительно выделяемого на каждый бренд бюджета в зависимости от качества сайта, уровня онлайн продаж, аудитории бренда и других характеристик.

В статье показано, что коммуникативная стратегия является одним из важных эффективных способов управления взаимодействием между брендами и потребителями. Для транспортно-логистической компании создание правильного позиционирования своих продуктов играет большую роль в определении целевых аудиторий, направлении развития, выбора типов продуктов и цен. Стратегическое планирование продвижения новых товаров требует использование медиастратегии, которая должна включать в себя разные направления коммуникаций: рекламу, пиар, прямой маркетинг, а также стратегический анализ рекламного пространства. Обосновано, что мобильный маркетинг является активно развивающимся направлением маркетинга. Выявлены факторы, способствующие росту мобильного маркетинга транспортно-логистической компании, и факторы, сдерживающие его развитие.

Список литературы

1. Грант Р. Современный стратегический анализ. 7-е изд. СПб.: Питер, 2012. 544 с.
2. Котлер Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей / Филип Котлер, Фернандо Триас де Бес; Пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2015. 206 с.
3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен [и др.]. СПб.: Питер, 2011.
4. Электронный ресурс. URL: <http://bmanager.ru/articles/matrichnye-metody-strategicheskogo-analiza.html> (дата обращения: 15.11.2017).

5. Официальный сайт Ассоциации мобильного маркетинга [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mmaglobal.com/wiki/mobile-marketing> (дата обращения: 10.07.2016).

УДК 339.138

Горохова Анна Евгеньевна
Секерин Владимир Дмитриевич
Институт проблем управления
имени В.А. Трапезникова РАН,
Москва

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЯМИ

Аннотация. В современных условиях для участников транспортно-логистического рынка большое значение имеет исследование источников конкурентных преимуществ как решающего фактора сохранения и укрепления их положения на рынке, роста эффективности финансово-хозяйственной деятельности и инновационного развития. Перспективным направлением повышения эффективности российских транспортных компаний является расширение применения ими новых управленческих подходов в своей деятельности. В статье рассмотрены направления развития маркетинговых инструментов стратегического управления транспортными компаниями. Разработан шаблон для проведения исследований и построения профиля потребителей транспортно-логистических услуг, предложен алгоритм построения профиля потребителя транспортно-логистических услуг. Классифицированы направления поиска возможностей роста объемов оказанных транспортно-логистических услуг. Предложены шаблон для разработки карты ценности транспортно-логистических услуг и алгоритм его построения. Все это будет способствовать повышению эффективности деятельности транспортных компаний.

Ключевые слова: стратегический маркетинг, профиль потребителя, ценность предложения, маркетинг, транспортная компания, карта ценности транспортно-логистической услуг.

Gorokhova Anna, E.
Sekerin Vladimir D.

Institute of Control Sciences named V.A. Trapeznikov
of Russian Academy of Sciences, Moscow

DEVELOPMENT OF MARKETING INSTRUMENTS OF THE COMPANIES STRATEGIC MANAGEMENT

Abstract. In modern conditions for participants of the transport and logistic market research of sources of competitive advantages as decisive factor of preservation and strengthening of their position in the market, growth of efficiency of financial and economic activity and innovative development is of great importance. The perspective direction of increase of efficiency of the Russian transport companies is expansion of application of new administrative approaches by them in the activity. In article the directions of development of marketing instruments of strategic management of transport companies are considered. The template is developed for carrying out researches and creation of a profile of consumers of transport and logistic services, the algorithm of creation of a profile of the consumer of transport and logistic services is offered. The directions of search of opportunities of growth of volumes of the rendered transport and logistic services are

classified. Are offered a template for development of the card of value of transport and logistic services and algorithm of its construction. All this will promote increase of efficiency of activity of transport companies.

Keywords: strategic marketing, consumer's profile, offer value, marketing, transport company, map of value transport and logistic services.

В современных условиях для участников транспортно-логистического рынка большое значение имеет исследование источников конкурентных преимуществ как решающего фактора сохранения и укрепления их положения на рынке, роста эффективности финансово-хозяйственной деятельности и инновационного развития. Перспективным направлением повышения эффективности российских транспортных компаний является расширение применения новых управленческих подходов в их деятельности [3, с. 34]. Рассмотрим направления развития маркетинговых инструментов стратегического управления компаниями.

Профиль потребителя транспортно-логистических услуг позволяет уточнить понимание со стороны компании своих потребителей, по сути – это некий набор характеристик, которыми компания наделяет потребителя, а затем этот профиль апробируется в условиях реального рынка [1, с. 125]. На рис. 1 показан шаблон для проведения исследований и построения профиля потребителей транспортно-логистических услуг.



Рис. 1. Шаблон для составления профиля потребителя транспортно-логистических услуг

Профиль потребителя транспортно-логистических услуг составляется в три этапа.

На первом этапе следует сформулировать задачи потребителя (функциональные, социальные и личностные/эмоциональные задачи). Важно отметить, что значимость различных задач неодинакова для потребителей. Содержание задачи часто зависит от контекста, в котором она выполняется.

На втором этапе следует описать проблемы потребителей: нежелательные результаты и свойства (функциональные, социальные, эмоциональные и т.п.),

препятствия, риски. Можно предложить следующий перечень вопросов, позволяющих систематизировать потенциальные проблемы потребителей.

1. Какой уровень затрат времени, денег или усилий приемлем для потребителя транспортно-логистических услуг?
2. Что разочаровывает потребителя транспортно-логистических услуг?
3. Почему существующие ценностные предложения не устраивают потребителей транспортно-логистических услуг?
4. С какими негативными социальными проблемами сталкиваются или могут столкнуться потребители транспортно-логистических услуг?
5. Какие риски имеют значение для потребителей транспортно-логистических услуг?
6. Что мешает потребителям транспортно-логистических услуг принять ценностное предложение?

На третьем этапе нужно систематизировать результаты и преимущества, которые желает получить потребитель транспортно-логистических услуг. Выделяют следующие категории потребительских выгод: необходимая выгода, ожидаемая выгода, желательная выгода, неожиданная выгода.

Можно предложить следующий перечень вопросов, позволяющих выявить потенциальные выгоды для потребителя.

1. Что с точки зрения времени, денег, усилий представляет наибольшую ценность для потребителей транспортно-логистических услуг?
2. Каковы ожидания потребителей транспортно-логистических услуг в отношении качественных параметров продуктов или услуг?
3. Чем существующие ценностные предложения привлекают потребителей транспортно-логистических услуг?
4. Какие положительные социальные эффекты ожидают потребители транспортно-логистических услуг?
5. Как потребители транспортно-логистических услуг измеряют успех и неудачи?
6. Что может сделать ценностное предложение компании более привлекательным для потребителя транспортно-логистических услуг?
7. О чем мечтают потребители транспортно-логистических услуг?

На рис. 2 приведен пример составления профиля потребителя транспортно-логистических услуг.

Поиск возможностей роста объемов оказанных транспортно-логистических услуг возможен в следующих аспектах:

- существующие недостатки оказания транспортно-логистических услуг (по их содержанию) – их неадаптивность,
- существующие недостатки оказания транспортно-логистических услуг (по их форме предоставления) – слабости сбытовой сети,
- недостатки потребления транспортно-логистических услуг (недостаточный уровень охвата и проникновения).



Рис. 2. Пример профиля потребителя транспортно-логистических услуг

1. Источники недостатков оказания транспортно-логистических услуг:

- недостаточное покрытие рынка, охвачены не все желательные географические регионы,
- недостаточная интенсивность их оказания,
- недостаточная информированность потенциальных потребителей о содержании этих услуг и процессе их оказания.

2. Источники недостаточного уровня охвата и проникновения:

- многие потенциальные пользователи не являются пользователями,
- нерегулярность использования услуг и не во всех возможных случаях,
- потребление услуг в недостаточном количестве или в единичном случае.

3. Источники неадаптированности транспортно-логистических услуг:

- неадаптированность по качественным параметрам,
- неадаптированность по объему,
- неадаптированность имеющихся дополнительных вариантов.

Карта ценности отражает процедуру формирования и развития ценности продукции или услуг, она позволяет выявить источники конкурентных преимуществ и ввести их в экономическую деятельность [2, с. 51]. На рис. 3 отражен шаблон для разработки карты ценности транспортно-логистических услуг.

На первом этапе формирования ценности предложения требуется составить перечень всех транспортно-логистических услуг компании, для которых формируется ценность предложения, причем целесообразно отразить все связанные с ними аспекты (в том числе конкурентные преимущества, решающие факторы покупки). Важно учитывать, что товары и услуги создают ценность не

вообще, а только применительно к конкретному сегменту потребителей и их задачам, проблемам и выгодам.



Рис. 3. Шаблон для разработки карты ценности транспортно-логистических услуг

На втором этапе следует описать функционал транспортно-логистических услуг компании: каким именно способом они позволяют потребителям решать конкретные задачи. Важно подчеркнуть, что удачные ценностные предложения ориентированы на значимые для потребителя проблемы, а не выступают средством решения всех без исключения проблем.

Можно предложить следующий перечень вопросов, позволяющих сформировать ценность предложения.

1. Получит ли потребитель транспортно-логистических услуг экономию по затратам ресурсов (капитал, трудовые ресурсы, природные ресурсы, время, деньги и т.п.)? Следует подробно отразить предполагаемую экономию.
2. Устраняются ли недостатки существующих решений? Отразить за счет каких новых свойств улучшаются рабочие характеристики или повышается качество.
3. Повышается ли удобство и комфортность потребления транспортно-логистических услуг (сокращаются влияния раздражающих факторов, возникновение неприятностей и разочарований)?
4. Какие отрицательные социальные последствия потребления транспортно-логистических услуг исключаются?
5. Происходит ли снижение рисков (финансовых, социальных, технических)?
6. Устраняются ли барьеры, мешавшие потребителям принять ценностное предложение (например, снижение или аннулирование начальных затрат, упрощение освоения или ликвидация иных препятствий)?

На третьем этапе следует раскрыть, в чем выгода от потребления транспортно-логистических услуг – должны быть четко отражены результаты и преимущества, включая функциональную полезность, социальные преимущества, положительные эмоции, экономия средств.

Можно предложить следующий перечень вопросов, позволяющих выявить различные составляющие выгоды от потребления транспортно-логистических услуг.

1. Получат ли потребители транспортно-логистических услуг видимую экономию времени, денег или усилий?
2. Превзойдет ли новое ценностное предложение уже существующие (функции, качество, дизайн, гарантии, иные особенности)?
3. Возникнет ли положительный социальный эффект?
4. Улучшатся ли эксплуатационные характеристики или уменьшатся расходы?

И второй и третий этапы позволяют сформировать ценность для потребителей транспортно-логистических услуг, но различными способами. Второй этап ориентирован на выявлении проблем в профиле потребителя, а третий этап – на выгоды.

На рис. 4 приведен пример составления карты ценности транспортно-логистических услуг.



Рис. 4. Пример карты ценности транспортно-логистических услуг

Затем нужно установить степень соответствия между сформированным портретом потребителя и картой ценности.

Таким образом, в статье обоснованы следующие направления совершенствования стратегического маркетинга в транспортной логистике: формирова-

ние и совершенствование инструментов и процедур поиска возможностей роста спроса, разработка ценности предложения. Все это будет способствовать повышению эффективности транспортных компаний.

Список литературы

1. Грант Р. Современный стратегический анализ. 7-е изд. СПб.: Питер, 2012. 544 с.
2. Котлер Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей / Филип Котлер, Фернандо Триас де Бес; Пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2015. 206 с.
3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен [и др.]. СПб.: Питер, 2011.

УДК 339.138

Гусева Елена Алексеевна
Майзель Александр Исаакович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА НА ПОСТНЕКЛАССИЧЕСКОМ ЭТАПЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

Аннотация. Рассмотрены особенности модели развития, развиваемой в рамках синергетики. Отмечено, что изменение норм и идеалов классической научной рациональности распространилось к настоящему времени на науки социогуманитарного цикла, включая экономику. Подчеркивается важность взаимоотношений хаоса и порядка в социальных объектах. Анализируются положения новой отрасли экономической науки – «поведенческой экономики», в которой обосновывается необоснованность традиционного для экономической науки представления о рациональности деятельности человека в экономических отношениях. Показывается, что человек в экономических отношениях иррационален и непредсказуем. Рассматривается возможность применения выводов «поведенческой экономики» в деятельности маркетолога.

Ключевые слова: парадигма, синергетика, рациональность, неклассичность, хаос, порядок, поведенческая экономика, иррациональность поведения, маркетинг.

Guseva Elena, A.
Mayzel Alexander, I.
Saint-Petersburg State University of Economics

MARKETING STRATEGIES FOR THE POST-NONCLASSICAL STAGE OF ECONOMIC SCIENCE

Abstract. The authors view the peculiarities of the development pattern which is developed within the framework of synergetics. They note that the changes of the norms and ideals of the classic scientific rationality has spread by now to the sciences of the socio-humanitarian cycle including economics. Importance of the interrelation of chaos and order in the social objects is underlined. The statements of the new branch of economic science – “behavioral economics”,

which substantiates the groundlessness of the traditional for economic science idea of the rationality of human activity in economic relations, are analyzed. It is shown that a person in economic relations is irrational and unpredictable. The possibility of applying the conclusions of the “behavioral economy” to the marketer’s activities is considered.

Keywords: paradigm, synergetics, rationality, non-classicism, chaos, order, behavioral economics, irrationality of behavior, marketing.

В 60 гг. XX в. после публикации книги Т. Куна «Структура научных революций» в научный и культурный лексикон вошли понятия «парадигма», «революция в науке» и пр. [1]. Обсуждение и дискуссии в философско-методологической литературе свидетельствовали о том, что автор поднял сложные проблемы развития научного знания, когда стало очевидно, что наука развивается скачкообразно через этапы, названные парадигмами. И если парадигмальный характер развития естественных наук учеными был принят и признан довольно быстро, то по поводу развития социогуманитарного знания такого единодушия нет.

Начиная с 30-х гг. XX в. обсуждения и споры в области методологии экономики происходили в неразрывной связи с развитием науки и под влиянием различных направлений философии науки. В это время научная рациональность приобретает особый статус в системе ценностей техногенной цивилизации, так как именно научное познание мира является условием для его преобразования в расширяющихся масштабах. Оно создает уверенность в том, что человек способен, раскрыв законы природы и социальной жизни, регулировать природные и социальные процессы в соответствии со своими целями.

Концепция развития получила конкретизацию и дополнена новыми идеями в сформировавшейся в последней четверти XX в. синергетике, получив название постнеклассической научной парадигмы [2]. Наиболее известны в этой области работы зарубежных исследователей И. Пригожина [3] и Г. Хакена [4]. Результаты и выводы, полученные при изучении процессов самоорганизации в химических и физических системах, они распространили и на общественные науки. В отечественной литературе также есть плодотворные попытки решения глобальных проблем общественного управления на основе синергетических представлений [5].

Синергетика предлагает несколько иную, по сравнению с классической, модель развития. Прежде всего, объект рассматривается как самоорганизующаяся, диссипативная система. Это означает, что она развивается на основе внутренних стимулов, она – открытая система, которая может существовать лишь при условии постоянного обмена со средой: веществом, энергией и информацией.

В отличие от традиционной концепции развития, в синергетике вводится важное понятие хаоса, диалектического партнера порядка. Особый интерес представляют взаимоотношения хаоса и порядка в социальных объектах.

В социальной философии и социологии социальный порядок понимается как совокупность некоторых элементов, между которыми установлены устойчивые, повторяющиеся, регулярные связи или социальные отношения. Социальный порядок достигается регуляторами деятельности людей и организаций

посредством власти и морали. Эти элементы и связи имеются во всех социальных институтах (экономических, управленческих и т.д.)

Социальный хаос, или беспорядок, предстает как совокупность элементов социального объекта, между которыми нет устойчивых, повторяющихся связей (они носят нерегулярный характер). Хаос проявляется в нарушении норм поведения людей и деятельности в организации, нарушении дисциплины труда, аномии (состояния беззакония в государстве), в нарушении устойчивого функционирования организации. Хаос свидетельствует о кризисных ситуациях в обществе.

Изменение норм и идеалов классической научной рациональности на рубеже XIX–XX вв., первоначально связанное с исследованием микромира, постепенно распространилось на другие науки, в том числе, социогуманитарного цикла, включая экономику.

В классической экономической парадигме человек очищен от социокультурных и политических характеристик, от моральных императивов и, по существу, является некоей экономической машиной, которая обеспечивает успех. Он предстает главным образом в качестве экономического субъекта – продавца (предпринимателя) и покупателя (потребителя), капиталиста и наемного работника. На второй план уходят общечеловеческие ценности: свобода (которая в основном толкуется как экономическая категория), нравственность, справедливость, красота, добродетель, дружеские и другие человеческие отношения. Человек подчинен диктату экономики, рынка, его законам. Концепция «экономического человека», который всегда мыслит рационально и стремится максимизировать свои выгоды, слишком упрощает поведение реальных субъектов хозяйственной деятельности.

Хотя процессы изменения и смены парадигм в гуманитарном знании недостаточно изучены, смена акцентов в экономических теориях в сторону неклассичности очевидна. Некоторые авторы называют эту ситуацию «революцией неклассичности» и приводят в качестве примеров феноменолого-ориентированные экономические системы Кейнса, Фридмана, Хайека и других. Эволюция корпуса знаний на протяжении XX в. направлена на повышение истинности научных знаний через учет знаний о «человеке-наблюдателе», а также законов его развития на основе «принципа дополнения». Так, в частности, многие исследователи говорят о том, что научные результаты в экономической теории должны корректироваться с помощью социальных и этико-эстетических критериев [6].

В настоящее время, однако, становится все более ясным, что для философии и методологии экономического познания особую актуальность приобретает постановка проблемы человека в экономической науке. В самом деле, экономическая наука на первый план выдвигает вещное богатство и услуги, их производство и увеличение. Определяющим мотивационным фактором действий человека в ней признаются экономическая выгода, деньги, капитал. При этом экономика является как бы самоцелью.

Экономическая теория относительно положения человека занимает вообще как бы нейтральную позицию. Сформировалось представление об эконо-

мике как о теоретической науке, воздерживающейся от любых оценочных суждений. В ее задачи не входит предписывать людям цели, к которым не следует стремиться. Это наука о средствах, которые использованы для достижения избранных целей, но не наука о выборе целей.

Исследования в области экономической психологии показали, что мышление и поведение людей как субъектов хозяйственной деятельности подчиняется не только общим законам психической деятельности человека, но и некоторым специфическим закономерностям и тенденциям. Выявление специфических психологических механизмов, которыми руководствуются люди в экономических делах, позволяет более реалистично подходить к решению разнообразных теоретических и практических проблем экономики. Все явления в социуме должны рассматриваться и оцениваться с точки зрения их соответствия сущности и достоинства человека.

В конце XX в. обнаружился разрыв между постулатами экономической теории и поведением человека в реальной жизни. Классическая экономическая наука моделирует поведение человека, основываясь на предположении его рациональности, эгоизма в ситуации выбора и т.д. Д. Канеман и А. Тверски совершили интеллектуальную революцию, показав, что модель рационального человека действительно работает в 80% ситуаций, но в 20% поведение человека в экономической ситуации невозможно прогнозировать с помощью стандартов классической науки [7]. Вообще эти ситуации хорошо известны и описаны классической психологией, но до исследований Д. Канемана, А. Тверски, Р. Талера прикладного применения в экономической классической парадигме не находили. Они обосновали необоснованность традиционного для экономической науки представления о рациональности деятельности человека в экономических отношениях. Было сделано предположение, что человек в экономических отношениях иррационален и непредсказуем.

Экономическая теория предполагает, а экономическая практика ожидает предсказуемое и рациональное поведение в разнообразных экономических ситуациях (выбор пенсионного фонда, игра на бирже и т.п.).

С точки зрения классической экономики люди ведут себя ошибочно. Однако А. Тверски и Д. Канеман показали, что, во-первых, ошибки являются вполне предсказуемыми и, во-вторых, люди склонны видеть тенденции и связи там, где их на самом деле нет, и принимать решения, основываясь на этих мнимых тенденциях и связях.

Такой взгляд соответствует принципам современного постнеклассического этапа развития науки. Однозначно спрогнозировать будущее открытой неравновесной системы (а социальные системы и отношения являются такими) оказывается невозможным. Ключевую роль в процессах самоорганизации играют случайные факторы. «Будущее при нашем подходе перестает быть данным; оно не заложено больше в настоящем. Это означает конец классического идеала всеведения» [8, с. 86]. Представление об объективности случайных факторов становится фундаментальным принципом современной науки.

Р. Талер, лауреат Нобелевской премии по экономике 2017 г., пошел еще дальше. Он обосновывает следующее представление: если человек ведет себя нерационально на уровне бытового уровня, то, значит, так он себя ведет и на макроскопическом уровне. Он доказал это на примере поведения людей на фондовой бирже. Если эти закономерности существуют, то ими можно воспользоваться, например, при предсказании прибыли в финансовых операциях. То есть поведенческий эффект можно применять при решении экономических задач и достижении конкретных целей.

«Долгие годы многие экономисты сопротивлялись призыву использовать более точные характеристики человеческого поведения для создания своих моделей» [9, с. 27]. В результате такого подхода возникает некая растерянность. Если оптимизационные модели плохо описывают поведение людей, то инструментарий экономистов устарел [9, с. 98]. Однако, как считает Талер, решение порвать с традиционными подходами в экономике привело к созданию «поведенческой экономики», которая является все той же экономикой, но значительно обогащенной знаниями из области психологии и других социальных наук. [9, с. 27].

Талер показал, что существует большая разница между тем, чего мы хотим и что выбираем. Это не нашло «отражения в современной экономической науке, которая определяет предпочтения исключительно на основе того выбора, который мы совершаем» [9, с. 192]. Кроме того, люди, даже рационалы, не стабильны в своих предпочтениях, часто их поведением управляют, с одной стороны, страсти, с другой – самоконтроль. Как интегрировать в экономику?

Хорошо известно, что главная задача маркетинга – создать новый образ продукта с целью максимально быстрого продвижения товара на рынок. Талер полагает, что эффективная программа для выполнения этой задачи должна учитывать иррациональные поведенческие мотивы людей. При этом Талер остроумно замечает, что только экономисты ведут себя как рационалы [9, с. 84]. Он аргументировано обосновывает тот факт, что люди в обычных ситуациях не ведут себя как эксперты, т.е. не ведут себя «как будто».

Вообще подобные способы хорошо известны маркетологам и повсеместно применяются в реальной практике продажи.

Эффективная маркетинговая стратегия помогает ответить на вопросы: кому продаем? что продаем? как продавать эффективно? когда и где продвигать товар? какие свойства продукта развивать? на какие новые рынки идти? Ключевыми элементами миссии компании являются следующие: забота о покупателе, уникальность, запоминаемость, реалистичность, преимущество продвигаемого товара и т.п. Вообще говоря, в маркетинге хорошо известны и описаны шаблоны по составлению и продвижению миссии компании. Например, формат презентации, анализ конкуренции, анализ эффективности рекламной кампании, расчет эффективности промо-акции, расчет рекламного бюджета и т.п.

Маркетинговая стратегия – элемент деятельности предприятия, направленный на разработку, производство и доведения до покупателя товаров и услуг, наиболее соответствующих его потребностям. Маркетинговая стратегия является

основой для рекламной стратегии и формируется на основе анализа рыночной ситуации [10]. Учитываются особенности товара, цена, сбыт и т.п. Одним из важных направлений маркетингового исследования является изучение поведения потребителей. Считается, что это является ключевым видом исследований, позволяющим определить весь комплекс факторов, которыми потребители руководствуются при выборе товара. Но никакого отражения не получают особенности поведения покупателя. Современная маркетинговая стратегия соответствует классической и неклассической парадигмам экономической науки.

Позиционирование на особом сегменте покупателей (молодые мамы, спортсмены и т.п.) предполагает отсутствие различий внутри сегмента, а также не учитывает иррациональные импульсы в их поведении. Одно из главных направлений маркетинговой стратегии связано с убеждением потребителя в высокой ценности товара.

Усилия маркетологов направлены на совершенствование бренда, рекламы, веб-сайта, проведение акций и т.п. То есть исследование процесса принятия решений происходит на макроскопическом уровне сбора объективных данных и основывается на предположении рациональности поведения клиентов.

Экономисты (менеджеры, маркетологи), получившие классическое экономическое образование, уверены в распространенности стереотипов поведения экономических агентов и не принимают во внимание то, что при принятии решений преобладают интуитивные оценки, что было убедительно доказано авторами концепции поведенческой экономики.

Представляется, что необходимо, во-первых, проводить исследования влияния социальных, когнитивных и эмоциональных факторов на принятие экономических решений как отдельными агентами, так и учреждениями; во-вторых, изучать последствия этого влияния на экономические отношения.

Не менее важным является обучение будущих специалистов (менеджеров, маркетологов) в рамках новой постнеклассической парадигмы экономической науки.

Список литературы

1. Кун Т. Структура научных революций. М.: Прогресс, 1977. 300 с.
2. Степин В.С. Философия науки. Общие проблемы. М.: Прогресс, 2006.
3. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. М.: Прогресс, 1986.
4. Хакен Г. Синергетика. М.: Мир, 1985.
5. Бранский В.П., Пожарский С.Д. Глобализация и синергетический историзм. СПб.: Политехника, 2004.
6. Субетто А.И. Критика «экономического разума». СПб., 2008.
7. Канеман Д., Словик П., Тверски А. Принятие решений в неопределенности: Правила и предубеждения. Харьков: Изд-во Института прикладной психологии, 2005. 632 с.
8. Пригожин И., Стенгерс И. Время, хаос, квант. М.: Прогресс, 1994. С. 86.
9. Талер Р. Новая поведенческая экономика. М.: Прогресс, 2015. 550 с.

УДК 330.341

Домнин Владимир Николаевич
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

МЕТОДИКА «ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКИЙ БРЕНД-КОД» КАК ТЕХНОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЬСКИМ ПОВЕДЕНИЕМ

Аннотация. Интенсивная сборка конгломерата «нейромаркетинг» на основе подходов и инструментария нейрофизиологии и когнитивных нейронаук вытесняет из маркетинга психологические подходы и методы. Однако практический маркетинг использует далеко не все возможности современной психологии. Методика «Психосемантический бренд-код» позволяет адекватно и точно моделировать покупательское поведение на основе психологии мотивации, психофизиологии и разработок российской школы экспериментальной психосемантики.

Ключевые слова: бренд-код, покупательское поведение, мотивация, подкрепление, ценность, психосемантика.

В последние годы в процессе конвергенции NBICS-технологий и развития VI технологического уклада в маркетинг стали активно внедряться подходы и методы, заимствованные из нейрофизиологии и когнитивных нейронаук. С 2013 г. нейрофизиологи В.А. Ключарев, А.Н. Шестакова и др. активно развивают направление нейроэкономики в НИУ ВШЭ: Департамент психологии (2013), Центр нейроэкономики и когнитивных исследований (2013), Магистерская программа «Когнитивные науки и технологии: от нейрона к познанию» (2014), Стратегическая академическая единица «Когнитивные нейронауки: от моделей к нейротехнологиям» (2016), Институт когнитивных нейронаук (2018) и т. д. В апреле 2017 г. при Финансовом университете была создана экспериментальная лаборатория «Нейротехнологии в управлении» (рук. – д. э. н., проф. С.В. Карпова). Нейромаркетинг становится модным, при этом возможности психологических подходов и методов для целей практического маркетинга далеко не исчерпаны.

Выбор – индивидуальный, а потребительское поведение – массовое. Мы живем в эпоху интернета, транснациональных корпораций и глобальных рынков. Это мир массового производства, массовых коммуникаций и массового потребления. Исследовательские подходы, когда мы просто усредняем значения, полученные при опросе выборки индивидуальных субъектов, совершенно *не отражают специфики группового или массового субъекта!* Это похоже на изучение свойств автомобиля, исследуя свойства каждой содержащейся в нем детали. *Факторный анализ* данных, полученных в результате *индивидуальных опросов*, позволяет обнаружить закономерности, характерные именно для *группового субъекта*. Но *это знание внутренней структуры, а не точных значений*. Идеальная методика должна совмещать психологию индивидуального выбора и покупки с социологией покупательского поведения выборочной и генеральной совокупности потенциальных потребителей.

Согласно современным данным психофизиологии, когнитивных нейронаук и нейропсихологии непосредственно перед целевыми действиями формируется неосознанный, частично или полностью осознаваемый образ результата этих действий: «модель потребного будущего» (Н.А. Бернштейн), «модель Т-О-Т-Е» (Д. Миллер, Ю. Галантер, К. Прибрам), «вероятностное прогнозирование», «акцептор результата действия» (П.К. Анохин), «системокванты жизнедеятельности» (К.В. Судаков [6]) и др. Сравнивая полученный результат действий с образом результата, человек корректирует свое поведение. Если образ результата действий сформирован в головном мозге, значит, его можно оттуда извлечь непосредственными или опосредованными методами.

Выбор исследовательского метода определяется целью исследования, его объектом и используемым научным подходом. Для исследования детерминантов поведения можно применять нейрофизиологические или психологические подходы. Подход когнитивных нейронаук заключается в моделировании процессов принятия решения через исследование взаимодействия между различными отделами головного мозга (неокортекс, лимбическая и стриопаллидарная системы и др.). Психологический подход подразумевает моделирование поведения человека на уровне организации его когнитивных, эмотивных и конативных психических процессов.

Что маркетологи хотят от потребителя?

1. Чтобы среди всего многообразия предлагаемых вариантов потребитель выбрал и купил именно его товар (brand choice).
2. Чтобы в процессе использования этого товара у потребителя сформировалась мотивация к его повторной покупке (brand loyalty).
3. Чтобы в процессе выбора и использования этого товара у потребителя сформировалось желание поделиться своими впечатлениями, мнениями, чувствами и опытом со своими родными и знакомыми (word of mouth) [1, с. 22].

Т. е. маркетологи хотят *изменить поведение потребителя*.

Какая наука изучает поведение человека? *Психология*.

Какой раздел психологии изучает факторы, побуждающие человека к активным действиям? *Психология мотивации*.

Какие факторы определяют действия людей, по мнению авторитетных специалистов в области психологии мотивации – Д. МакКлелланда, Х. Хекхаузена, Дж. Аткинсона и др.?

Ключевые детерминанты поведения:

1. *Мотивация* – то, что мобилизует энергию человека, побуждает его к активным действиям, вызывает заинтересованность в целевом состоянии: «зацепить, взять за живое». Это начальный толчок, импульс.
2. *Подкрепление* – то, что поддерживает, усиливает и направляет выбранное поведение: субъективный опыт, эмоции, сила при-

вычки: «да, это то, что мне нужно!». Это «движение по проторенной дорожке».

3. *Ценность* – то, что человек считает наилучшим, наиболее предпочитаемым, самым важным, значимым и полезным: «для меня это самое лучшее». Вычисление области максимальных предпочтений [6].

Об особой роли мотивации и подкрепления в организации действий много писал академик РАМН К.В. Судаков [6] и др. Мотивация побуждает человека к целевым действиям, а подкрепление – канализирует, энергизирует и завершает эти действия. Поэтому образ результата взаимодействия формируется в динамике от мотивации к подкреплению. Мотивационно-эмоциональный образ объекта целевых действий формируется не в левом (рациональном, речевом) полушарии коры головного мозга человека, а в доязыковой лимбической системе мозга (гипоталамус, миндалина, гиппокамп и др.). Это гештальт, энергетически заряженный мотивацией, подтвержденный опытом и усиленный эмоцией.

Результатом рационального мышления является определение ценности, полезности, значимости и важности объекта целевых действий. Т. е. «вычисление» предпочтений посредством активности левого полушария коры головного мозга – через сравнение и классификацию, анализ и синтез, индукцию и дедукцию, логику и рефлексивность. Ценности коммуницируются по рациональному каналу восприятия – как мнения, оценки, убеждения, аргументы и факты. Рациональное мышление «настроено на поставку» сознанию прогнозов наиболее вероятных событий и объектов, т. е. на ожидание того, что произойдет, скорее всего. Мышление человека определяет сходства и отличия в определенном контексте, поэтому логика аргументации конструируется от ожиданий к предпочтениям.

Одним из важнейших результатов рационального мышления является т.н. «алиби для сознания» – это оправдание своего поведения. В маркетинговом контексте – это краткий и убедительный дежурный ответ самому себе или людям из своего социального окружения на стандартный вопрос: «Почему ты купил именно этот бренд?».

Экспериментальная психосемантика, развиваемая российскими психологами Е.Ю. Артемьевой, А.Г. Шмелевым [7], В.Ф. Петренко, И.В. Смирновым, В.П. Серкиным [5], Е.Л. Доценко и др., изучает структуры субъективного опыта в индивидуальном, групповом или массовом сознании. Субъективная семантика – это «система смыслов, понимаемых как следы взаимодействий с предметом, явлением, ситуацией, зафиксированные в виде отношения к ним» [5, с. 20]. Психосемантическое исследование позволяет измерить ключевые детерминанты покупательского поведения на уровне семантического слоя субъективного опыта («картина мира»), сквозь который едва просматривается «целомотивационное ядро» личности [5, с. 67–71].

Д. психол.н., проф. МГУ А.Г. Шмелев измерил психосемантические коды для 2090 личностных черт по 15 личностным факторам [7]. Полученная им таксономия личностных черт позволяет использовать корреляционный, факторный, кластерный, регрессионный и другие виды математического анализа с целью вос-

становления точных значений факторов и исходных психосемантических кодов. *Факторный анализ* массива данных 100–400 потенциальных потребителей дает возможность обнаружить закономерности в структуре субъективного опыта и ключевых детерминантов поведения *группового* и *массового субъекта*.

Метод семантического дифференциала (СД) был разработан Ч. Осгудом для измерения первичной оценочной диспозиции, т. е. коннотативного оценивания предъявляемого стимула (субъективного эмоционально-ценностного оценочного значения). Это пристрастное отношение, личный смысл, ответ на вопрос «что этот объект значит для меня?». При оценке методом СД чаще всего используются двухполярные семибалльные шкалы, полюса которых обозначены словами с противоположными значениями. Использование в качестве полюсов черт характера позволяет реконструировать психосемантические поля выбора и покупки брендового товара.

Четыре ключевых конструкта. В соответствии со структурой покупательского поведения в психосемантическом исследовании респонденты оценивают 4 конструкта:

1. *Мотивация*: [Название товара], который я заинтересован купить.
2. *Подкрепление*: [Название товара], который дает мне полное удовлетворение.
3. *Ожидания*: [Название товара], скорее всего, будет таким.
4. *Предпочтения*: Самый лучший для меня [название товара].

Динамика от мотивации к подкреплению определяет *образ*, *смысл* и *имя* бренда, динамика от ожиданий к предпочтениям – *аргументацию* и *алиби* бренда.

Методика «Психосемантический бренд-код» [2; 3] позволяет измерить значения параметров, определяющих покупательское поведение, интерпретировать результаты в таком виде, который обеспечивает их воплощение в идентичности, идентификаторах и коммуникациях бренда (гендер, темперамент, характер, типология личности, акцентуации, мотивация, эмоции, ценности, межличностные отношения, стереотипы национальных характеров, символы, сенсорные характеристики, сочетания цветов, топология пространства, хронология времени, базовые элементы формы, интерпретация вероятности успеха, каузальная атрибуция и т. д.).

Согласно данной методике 100–400 потенциальных потребителей оценивают 4 специальных конструкта по 15 семибалльным двухполярным шкалам личностного семантического дифференциала. После факторного анализа первичных данных и восстановления исходных психосемантических кодов этих конструктов (по степени близости 2090 личностных черт в N-мерном факторном пространстве) результаты интерпретируются с использованием 37 моделей. Основные возможности методики:

- объективное, подробное и психологически точное описание идентичности бренда (включая образ и аргументацию) на основе факторов, определяющих потребительское поведение;

- экспресс-диагностика конкретных идентификаторов, атрибутов и коммуникаций бренда на соответствие этим покупательским факторам.

С 2005 по 2018 гг. с использованием методики «Психосемантический бренд-код» было выполнено *более 200 проектов* на территории России и Украины.

Эффективность методики. В апреле 2009 г. В.Н. Домниным в кандидатской диссертации [3] была защищена научная, методологическая и методическая обоснованность этой методики, её объективность, надежность и валидность. В мае–июне 2010 г. было опрошено 200 потребителей водки за 115–150 рублей – в Москве (100) и в Твери (100). Были измерены психосемантические коды брендов «Зелёная марка», «Путинка», «Пять озёр», «На берёзовых бруньках SV», «Беленькая», «Смирновъ», «Гжелка». Были также измерены психосемантические коды конструктов «Мотивация», «Подкрепление» и «Предпочтения». Коэффициенты корреляции степени близости семи водочных брендов к этим конструктам с фактическими продажами за 2009 год составили: продажи и близость к Мотивации ($r = 0,79$), продажи и близость к Подкреплению ($r = 0,83$), продажи и близость к Предпочтениям ($r = -0,57$).

Для сравнения: на рынке Китая в трех товарных категориях корреляция 27 КРІ брендинга (84 утверждения) с фактическими продажами составила от 23% до 50% [4, с. 39].

Вывод. Методика «Психосемантический бренд-код» позволяет измерить ключевые детерминанты покупательского поведения. Факторный анализ данных индивидуальных опросов, восстановление точных значений факторов и исходных психосемантических кодов позволяет построить адекватную и точную *модель группового покупательского поведения*, а процедуры формирования репрезентативной выборки с известной точностью распространяют полученную групповую модель *на всех потенциальных потребителей*.

Список литературы

1. Домнин В.Н. Бренддинг: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. Сер.: Бакалавр и магистр. Академический курс / Гриф УМО ВО. М.: Юрайт, 2017. 411 с.
2. Домнин В.Н. Методика измерения области максимальных потребительских предпочтений и построения карт эмоционально-ценностного отношения потребителей к брендам // Бренд-менеджмент. 2009. №6. С. 330–344.
3. Домнин В.Н. Разработка идентичности брендов на основе семантических исследований потребителей: Диссерт. ... канд. эк. наук. СПб.: СПбГУЭФ, 2009. 192 с.
4. Леманн Д. и др. Структурирование параметров бренда на основе опроса потребителей / Д. Леманн, К. Келлер, Дж. Фарли // Бренд-менеджмент. 2010. №1. С. 34–57.
5. Серкин В.П. Психосемантика : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2017. 318 с.
6. Судаков К.В. Мотивация и подкрепление в системных механизмах поведения: динамические энграммы подкрепления // Журнал высш. нервн. деят. им. И.П.Павлова. 1995. Т. 45. В. 4. С. 627–637.
7. Шмелев А.Г. Психодиагностика личностных черт. СПб.: Речь, 2002. 480 с.

УДК 338.1

Конников Евгений Александрович
Конникова Ольга Анатольевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ТЕНДЕНЦИИ УСТОЙЧИВОГО МАРКЕТИНГА В ПРОИЗВОДСТВЕ И СБЫТЕ ПРОДУКЦИИ

Аннотация. В данной статье подробно раскрываются основные тенденции, связывающие недавно появившуюся концепцию устойчивого маркетинга с современными производственными и сбытовыми трендами, такими как постепенное замещение CNC оборудования аддитивными технологиями; автоматизация ручного труда; создание виртуальных фабрик; формирование собственных систем генерации энергии, основанных на возобновляемых источниках; появление новых материалов, способных к самовосстановлению, кастомизации товаров по заданным паттернам; формирование товарной политики на основе индивидуального «электронного следа»; развитие магазинов-складов и онлайн торговли; появление беспилотных логистических аппаратов и автоматизированных логистических систем.

Ключевые слова: устойчивый маркетинг, устойчивое потребление, ответственное производство, устойчивое развитие.

Konnikov Evgeniy A.
Konnikova Olga, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

TRENDS OF SUSTAINABLE MARKETING IN PRODUCTION AND SALES

Abstract. This article details the main trends linking the recently emerged concept of sustainable marketing with modern production and marketing trends, such as the gradual replacement of CNC equipment with additive technologies; automation of manual labor; creation of virtual factories; formation of energy generation systems based on renewable sources; the emergence of new self-healing materials; customization in accordance with specified patterns; “electronic trace”; development of warehouse stores; the emergence of unmanned logistics vehicles and automated logistics systems.

Keywords: sustainable marketing, sustainable consumption, responsible production, sustainable development.

В данной статье под «устойчивым маркетингом» авторы будут понимать разработку и продвижение на рынок устойчивых ценностей и ответственных моделей потребления, учитывающих социальные и экологические требования и обеспечивающих компании прибыль.

Устойчивый маркетинг возник как историческое следствие концепции устойчивого развития, которая начала развиваться в глобальном масштабе в 70-е гг. 20 века в связи с осознанием мировым сообществом тех проблем, которые сегодня принято называть «глобальные проблемы человечества».

Понятие устойчивого маркетинга также тесно связано с терминами «устойчивое (ответственное) производство» и «устойчивое (ответственное) потребление», которые входят в список глобальных целей в рамках устойчивого развития, сформулированных ООН в 2015 г.

Можно выделить следующие тенденции устойчивого маркетинга в производстве: постепенное замещение CNC оборудования аддитивными технологиями; автоматизация ручного труда; переход к компьютерному моделированию (создание виртуальных фабрик); формирование собственных систем генерации энергии, основанных на возобновляемых источниках; появление новых материалов, способных к самовосстановлению.

Тенденция №1 – Аддитивные технологии.

Аддитивные технологии (от английского Additive Fabrication) – обобщенное название технологий, предполагающих изготовление изделия по данным цифровой модели (или CAD модели) методом послойного добавления (add, англ. добавлять, отсюда и название) материала.

Проявления устойчивого маркетинга в данном тренде можно сформулировать следующим образом:

1. Отсутствие невозвратных отходов. Все отходы производства могут быть вновь переработаны и направлены в производство. Это обеспечивается за счет того, что используемый материал всегда однороден, но его структура подвергается изменениям;
2. Отсутствие невозвратного брака. Весь брак, как и производственные отходы, может быть переработан и заново направлен в производство;
3. Снижение энергоемкости производимой продукции. Аддитивные установки требуют значительно меньше энергии, нежели классическое CNC оборудование;
4. Универсальность средств производства. Принцип послойной печати позволяет производить изделия практически любой сложности;
5. Снижение трудоемкости производства. Использование аддитивного оборудования позволяет отказаться от работы технолога, а также значительно уменьшить объём работы оператора оборудования.

Тенденция №2 – Автоматизация ручного труда.

Промышленный робот – это такой манипуляционный робот, который предназначен для выполнения двигательных и управляющих функций в производственном процессе, т. е. автоматическое устройство, состоящее из манипулятора и перепрограммируемого устройства управления, которое формирует управляющие воздействия, задающие требуемые движения исполнительных органов манипулятора. Применяется для перемещения предметов производства и выполнения различных технологических операций.

Проявления устойчивого маркетинга:

1. Снижение трудоемкости производства (интеграция автоматизированных производственных элементов осуществляется путем замещения ручного труда, что неизбежно приводит к сокращению основного времени рабочего);

2. Повышение ритмичности и снижение брака в производстве (промышленный робот является значительно более предсказуемым и управляемым объектом, нежели человек);
3. Совокупное снижение доли низкоквалифицированной рабочей силы (замещение человека в части совершения элементарных операций ведет к необходимости формирования у него уникальных знаний и навыков для сохранения своей конкурентоспособности на рынке труда).

Тенденция №3 – Виртуальные фабрики.

Виртуальные фабрики представляют собой системы комплексных технологических решений, обеспечивающие в кратчайшие сроки проектирование и производство глобально конкурентоспособной продукции нового поколения за счет объединения цифровых и (или) «умных» фабрик в сеть.

Проявления устойчивого маркетинга:

1. Снижение трудоемкости производства. Виртуальная фабрика требует значительно больше специалистов в области информационных технологий, но при этом и значительно меньше низкоквалифицированной рабочей силы;
2. Информационная безопасность процесса. Так как виртуальная фабрика полностью масштабируема, оператор системы в состоянии отслеживать изменения онлайн на любом ее уровне. Следовательно, любые негативные отклонения выявляются более своевременно;
3. Снижение себестоимости конечной продукции. Компьютерное моделирование физических условий эксплуатации конечной продукции позволяет частично или в полной мере отказаться от испытаний опытных образцов, что значительно снижает расходы будущих периодов. Также, компьютерное позволяет избежать поиска оптимальных технологических процессов «опытным путем»;
4. Полная ретроспективная видимость процесса. Вся деятельность виртуальной фабрики фиксируется, что позволяет в ретроспективном режиме исследовать более или менее удачные решения и формировать сценарии развития системы.

Тенденция №4 – Возобновляемые источники энергии.

Возобновляемые источники энергии – источники непрерывно возобновляемых в биосфере Земли видов энергии: солнечной, ветровой, океанической, гидроэнергии рек. Возобновляемые источники энергии являются экологически чистыми; они не приводят к дополнительному нагреву планеты.

Проявления устойчивого маркетинга:

1. Улучшение экологической обстановки. Переход на возобновляемые источники энергии позволит отказаться от классических способов генерации, оказывающих пагубное воздействие на экологическую обстановку. Более того, отказ от энергии атома значительно повысит уровень техногенной безопасности;
2. Обеспечение энергетической безопасности и автономности. Энергия, получаемая таким образом, достаточно локальна. Следовательно-

но, предприятие становится независимым от централизованной системы энергетического обеспечения, что делает его полностью автономным и свободным от части рисков внешней среды.

3. Снижение себестоимости единицы энергии. Предприятие получает возможность оптимизировать процесс получения энергии, использовать системы рекуперации и повышать возвратность отходов. Более того, предприятие получает возможность реализовывать излишки получаемой энергии. Совокупность данных факторов указывает на снижение себестоимости единицы энергии.

Тенденция №5 – Самовосстанавливающиеся материалы.

Самовосстанавливающиеся материалы — это материалы, которые могут автоматически восстанавливать повреждения и функциональные возможности, вызванные какой-либо механической травмой.

Проявления устойчивого маркетинга:

1. Уход от «одноразового потребления». Свойства данных материалов позволяют продлевать срок службы изделий, что снижает необходимость в приобретении новых аналогов;
2. Снижение расходов на обслуживание и ремонт. Так как данные материалы фактически способны «лечить себя», значительно снижается трудоемкость их обслуживания и ремонта;
3. Создание новых потребительских свойств. Прежде всего речь идет о свойстве «устойчивого потребления». Изделия из данных материалов направлены и воспитание в человеке способности осмысливать процесс замещения товаров.

Помимо производства, тенденции устойчивого маркетинга сильно повлияли на систему сбыта и продаж соответствующих товаров и услуг. Тенденции устойчивого маркетинга в сбыте можно сформулировать как: кастомизации товаров по заданным паттернам; формирование товарной политики на основе индивидуального «электронного следа»; развитие магазинов-складов и онлайн торговли; появление беспилотных логистических аппаратов и автоматизированных логистических систем.

Тенденция №6 – Кастомизация.

Кастомизация — индивидуализация продукции под заказы конкретных потребителей путём внесения конструктивных или дизайнерских изменений. В данном случае предполагается создание конечного продукта как совокупности изначально предлагаемых производителем элементов.

Проявления устойчивого маркетинга:

1. Уменьшение запасов готовой продукции. Процесс кастомизации по заданным паттернам на уровне производства проявляется в создании взаимозаменяемых и взаимодополняемых конструктивных блоков, из которых состоит конечное изделие. Универсальность данных блоков позволит, путем различной их компиляции, создавать множество видов конечного продукта. Следовательно, производственные запасы будут превращаться в готовую продукцию исключительно в момент осуществления покупки.

2. Уход от «одноразового потребления». Возможность кастомизации влечет за собой осознание уникальности конечного продукта. Более того, в дополнении к этому надо отменить наличие определенного (необходимого) функционала изделия и желаемого дизайна. Следовательно, кастомизированное изделие имеет большую ценность для потребителя.
3. Осознание потребителем сотворчества ценностей. Через процесс кастомизации потребитель выражает свое мнение относительно идеальной формы приобретаемого изделия. Таким образом, потребитель приращивает ценность конечного изделия.

Тенденция №7 – Электронный след.

Когда информация отправляется в путь, автоматически создаются связанные с ней дополнительные данные, например, время отправки сообщения, номера телефонов и местонахождение обоих собеседников. Это – метаданные, информация о других данных. Самые распространенные типы метаданных: телефонные номера, адреса e-mail, имена пользователей; данные геолокации: где находится ваш мобильный телефон; даты и время телефонных звонков, электронных писем, файлов и фотографий; данные об используемом устройстве; поле «Тема» ваших электронных писем. Метаданные помогают анализировать информацию о человеке, сопоставлять его с имеющимися моделями, делать выводы о том, кто этот человек и чем он занимается.

Проявления устойчивого маркетинга:

1. Своевременный отклик на меняющиеся потребности целевых потребителей. Так как электронный след формируется в реальном времени, эффективно настроенный алгоритм обработки больших данных позволит анализировать поведение потребителей с минимальными задержками. Следовательно, скорость отклика производителей значительно увеличивается.
2. Сокращение расходов на проведение маркетинговых исследований. Процесс анализа больших данных значительно менее трудоемкий и требующий меньшее количество временных ресурсов, нежели классические полевые исследования.
3. Снижение расходов на продвижение. Электронный след формируется как неосознанными (через интернет вещей), так и осознанными действиями пользователя в сети. Ответом на осознанные запросы может стать предложение, сформированное на основе ретроспективного анализа подобных запросов других пользователей. Следовательно, произойдет замещение классических каналов продвижения интернет каналами.
4. Наличие информативной многокритериальной обратной связи. Электронный след состоит из множества метаданных, которые отражают специфику потребления. Таким образом, электронный след, образованный после процесса покупки, является обратной связью, анализ которой позволит провести модернизацию как продукта, так и процесса его продвижения и распределения.

Тенденция №8 – Магазины-склады.

Магазин-склад – предприятие розничной торговли, реализующее продовольственные и (или) непродовольственные товары универсального ассортимента по форме самообслуживания преимущественно из транспортной тары (ящики, контейнеры и др.) населению.

Проявления устойчивого маркетинга:

1. Снижение расходов на сбыт. Практически отсутствует необходимость в презентационных площадях, а также в сбытовом персонале, что значительно снизит расходы на обеспечение процесса сбыта.
2. Повышение оборачиваемости. Возможность формировать складские запасы из значительно большего количества видов изделий, что позволит расширить потенциальную аудиторию, увеличив тем самым оборот.
3. Снижение рисков «презентации». Процесс «презентации» товара влечет за собой множество рисков (риск кражи, неумышленного или умышленного повреждения и т.д.). Отсутствие процесса «презентации» исключает данные риски.

Тенденция №9 – Беспилотные логистические аппараты.

По общему мнению, дроны – новое достижение в области технологий. Полемика вокруг дронов развернулась после того, как в 2017 году бизнес-гиганты Google и Amazon объявили о своих планах начать использование беспилотных летательных аппаратов в логистике для доставки мелких посылок.

Проявления устойчивого маркетинга:

1. Снижение трудоемкости процесса доставки. Использование дронов позволит отказаться от человеческого труда в части оперативного управления.
2. Интеграция эффективных алгоритмов доставки. Отсутствие человека в системе оперативного управления логистическим аппаратом дает возможность интеграции эффективных алгоритмов доставки, основанных на нейронных сетях или генетических алгоритмах. Данные системы позволят значительно сократить время доставки.
3. Повышение экологичности и энергоэффективности процесса доставки. Отсутствие необходимости оснащения логистических аппаратов системами взаимодействия с операторами, их совокупный вес и объем становится значительно ниже, а технологичность возрастает.
4. Использование альтернативной и/или комплексной логистической среды. Отсутствие человека в данной системе позволяет аппарату перемещаться в любой среде, что может значительно сократить расстояние между промежуточными остановками.

Список литературы

1. Забелин Б.Ф., Конников Е.А., Мартынов В.И. Методика анализа показателей эффективности управления производственной системой // Экономика и предпринимательство. 2016. № 2–1(67–1). С. 955–958.
2. Конников Е.А. Совершенствование методов оценки устойчивости развития промышленных предприятий (октант устойчивости развития предприятия) // Маркетинг менеджмент в цифровой экономике. 2015. Т. 1. №4. С. 4–35.

3. Конников Е.А., Погребова О.А., Юлдашева О.У. Использование нечетко-множественного подхода для оценки развития устойчивого маркетинга компании // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 9-2(56). С. 67–73.

4. Погребова О.А., Конников Е.А., Юлдашева О.У. Нечетко-множественная модель оценки индекса развития устойчивого маркетинга компании / В сб.: Международная конференция по мягким вычислениям и измерениям. 2017. Т. 2. С. 522–525.

5. Konnikov E.A., Pogrebova O.A., Maskova Yu.R., Glukhov V.V. Real options valuation of additive production // В сб.: Reliability, Infocom Technologies and Optimization (Trends and Future Directions) 6th International Conference ICRITO. 2017. С. 557–563.

6. Mokeichev E.V., Konnikov E.A., Kravtsova N.I. Russian insurance on its way to risk-oriented regulation approach // Науч.-техн. ведомости СПб. гос. политехн. ун-та. Экономические науки. 2017. Т. 10. №5. С. 141–150.

УДК 338.1

Конникова Ольга Анатольевна
Ширшова Ольга Игоревна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ УСТОЙЧИВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. В статье представлены результаты авторского исследования развития концепции устойчивого маркетинга и устойчивого потребления в России. Показано эволюционное развитие устойчивого маркетинга как части концепции устойчивого развития, представлены результаты эмпирического количественного исследования российских потребителей в части устойчивого потребления на примере продуктов с низким содержанием сахара. Выявлено три кластера потребителей по отношению к устойчивому потреблению, описаны основные тренды поведения каждого кластера. Компаниям, работающим с данными потребителями, предложены рекомендации по развитию маркетинговых компетенций в области устойчивого развития.

Ключевые слова: устойчивый маркетинг, устойчивое потребление, устойчивое развитие, эмпирическое исследование.

Konnikova Olga, A.
Shirshova Olga, I.
Saint-Petersburg State University of Economics

RESULTS OF THE EMPIRICAL STUDY OF SUSTAINABLE CONSUMPTION IN THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract. The article presents the results of the author's research into the development of the concept of sustainable marketing and sustainable consumption in Russia. The evolutionary development of sustainable marketing as part of the concept of sustainable development is shown, the results of an empirical quantitative study of Russian consumers in terms of sustainable

consumption by the example of products with low sugar content are presented. Three clusters of consumers have been identified in relation to sustainable consumption, the main trends in the behavior of each cluster are described. Companies working with these customers are offered recommendations on developing marketing competencies in the field of sustainable development.

Keywords: sustainable marketing, sustainable consumption, sustainable development, empirical research.

Термин «устойчивое развитие» широко распространился в научных кругах в 1987 г. после того, как Международная комиссия по окружающей среде и развитию ООН опубликовала доклад «Наше общее будущее», в котором обратила внимание на необходимость «удовлетворения реальных потребностей сегодняшнего времени без подрыва способности удовлетворять собственные потребности будущих поколений». Концепция устойчивого развития предполагает оптимизацию использования ресурсов и их сбережение для будущих поколений с учетом обеспечения безопасности окружающей среды. Для всех видов и форм бизнеса концепция устойчивого развития означает внедрение инновационных бизнес-моделей, основанных на принципах экологически ориентированных инноваций и клиентоориентированности (маркетинговой ориентации), что вызывает необходимость развития новой концепции маркетинга – устойчивого маркетинга.

Одно из первых определений устойчивого маркетинга (Damand Apeldoorn, 1996) заключается в следующем: устойчивый маркетинг – это маркетинговая длительность, служащая для поддержки устойчивого экономического развития [6].

Устойчивый маркетинг является результатом развития таких современных маркетинговых концепций как когнитивный маркетинг, маркетинг взаимодействия, внутренний маркетинг, социально-этический маркетинг, маркетинг вовлечения и др. За рубежом первыми в трактовке сущности устойчивого маркетинга были Шет и Парватияр, связав эффективность устойчивого маркетинга с действиями правительства в продвижении устойчивых (ответственных) моделей потребления среди населения [10]. В настоящий момент западные ученые в своих работах по устойчивому маркетингу обязательно делают акцент, что устойчивый маркетинг – это не только экология, понятие гораздо глубже и шире, и как минимум должно учитывать все аспекты устойчивого развития (экономика, экология, социальная сфера).

Таким образом, определить устойчивый маркетинг можно как *разработку и продвижение на рынок устойчивых ценностей и ответственных моделей потребления, учитывающих социальные и экологические требования и обеспечивающих компании прибыль.*

В 2015 году устойчивое производство и потребление, тесно связанные с концепцией устойчивого маркетинга, были включены в программу ООН по устойчивому развитию, содержащую вопросы экономики, общества и окружающей среды. Таким образом, в настоящее время устойчивое потребление и производство становятся для граждан и организаций основным способом реализации концепции устойчивого маркетинга.

Сегодня внимание потребителей приковано к продуктам питания, способствующим поддержанию здорового образа жизни. Одним из аспектов здоровых

пищевых привычек является сокращение количества потребляемого сахара. Продукты с низким содержанием сахара играют важную роль в здоровой диете и, таким образом, в концепции устойчивого потребления. В то же время, нельзя ожидать, что увеличение информации в СМИ о концепции устойчивого потребления, включающей пропаганду продуктов с низким содержанием сахара, повлияет на всех потребителей в одинаковой степени и будет стимулировать их поменять свое покупательское поведение. Таким образом, необходимо эмпирическое исследование, чтобы понять, с помощью каких инструментов маркетинга можно продвигать на рынок продукты с низким содержанием сахара как часть концепции устойчивого маркетинга и здорового образа жизни.

Количественное эмпирическое исследование проводилось с апреля по июль 2017 года. В проведении исследования принимали участие студенты магистерской программы MIBA, а также студенты бакалавриата по направлению Маркетинг и управление брендами (кафедра маркетинга СПбГЭУ). Количественное исследование проводилось на основе онлайн-анкетирования. Анкета включила в себя 81 вопрос, из которых: 27 утверждений об устойчивом потреблении для оценки по шкале Лайкерта, 6 вопросов о здоровом питании, 13 вопросов о продуктах, содержащих сахар, 10 вопросов об источниках информации и 9 общих вопросов. Анкета была разработана на основе результатов качественного исследования, а также кабинетного исследования и анализа релевантной литературы.

Из 785 отправленных анкет было получено 599. Респонденты распределились следующим образом: 238 человек из Санкт-Петербурга, 361 – из других регионов (исключая Москву). При этом 413 человек – женщины, 186 – мужчины. По возрасту респондентов можно разделить на семь групп:

Также в ходе изучения описательной статистики было выявлено, что более 50% имеют доход менее 25 тыс. рублей, а более 50% мужчин зарабатывают более 25 тыс. рублей. При этом мужчины и женщины одинаково распределены по возрасту.

Обработка результатов количественного исследования проводилась с помощью процедуры кластерного анализа на основе 27 утверждений, касающихся ценностей здорового образа жизни и устойчивого потребления и измеренных в 5-балльной шкале Лайкерта. Все утверждения можно классифицировать по двум критериям:

- утверждения, касающиеся здорового питания, физической активности или здоровья в целом;
- утверждения, касающиеся конкретных действий респондента, или касающиеся общего восприятия ценностей устойчивого потребления.

Анализ описательных статистик показал, что женщины более заинтересованы в здоровом образе жизни, чем мужчины. При этом в зависимости от региона заинтересованность в здоровом образе жизни и ценностях устойчивого потребления у респондентов не сильно различается.

Кластерный анализ проводился в программном продукте IBM SPSS 23 с помощью процедуры иерархической кластеризации. Результаты отчетливо показывают, что по отношению к ценностям ЗОЖ и устойчивого потребления можно

выделить три отличающихся друг от друга кластеров респондентов. Результаты теста на анализ различий между средними значениями (Welch's Robust Tests of Equality of Means) также показывают, что разделение на 3 кластера является статистически значимым для всех 27 кластеризующих переменных.

Кластер 1 (272 человека из опрошенных или 49,7%) можно назвать «Люди с высокими ценностями здоровья и устойчивого потребления». Это самый крупный из всех выделенных кластеров. Средняя оценка по всем утверждениям у них наибольшая – 3,97 из 5, а СКО, наоборот, минимальное (0,43), что говорит о максимальной схожести мнений респондентов, входящих в первый кластер, по исследуемым вопросам. Данный кластер состоит из людей всех возрастов в примерно одинаковой пропорции, однако, три четверти из него составляют женщины.

Кластер 2 (127 человека из опрошенных или 17,0%) наоборот, может быть обозначен как «Люди с низкими ценностями здоровья и устойчивого потребления». Средняя оценка по всем утверждениям у них наименьшая – 2,45 из 5 (СКО = 0,56). Это наименьший кластер из трех, полученных в результате исследования. Кластер состоит из мужчин и женщин в соотношении 1:1, однако интересным фактом является то, что 64% представителей данного кластера – моложе 30 лет, что опровергает распространенное мнение о том, что молодежь больше интересуется вопросами здорового образа жизни.

Кластер 3 (249 человек из опрошенных или 33,3%) представляет собой промежуточный вариант между представленными выше кластерами и может быть назван «Люди со средними ценностями здоровья и устойчивого потребления». Средняя оценка по всем утверждениям у них наименьшая – 3,28 из 5 (СКО = 0,62). Интересно, что хуже всего представители данного кластера относятся к ценностям, связанным с вопросами спорт и физической активности (даже хуже, чем кластер 2). 72% респондентов, входящих в этот кластер старше 30 лет (22% старше 60 лет).

Выводы по результатам исследования:

- 1) Полученные три кластера различны по всем 27 кластеризующим переменным, следовательно, результаты кластеризации являются достоверными;
- 2) Ценности здорового образа жизни и устойчивого потребления не зависят от дохода и места проживания респондента, но сильно зависят от их пола и возраста;
- 3) Представители всех кластеров демонстрируют два схожих тренда: ценности, касающиеся спортивной активности, имеют минимальные оценки; а также ценности, связанные с восприятием имеют более высокие оценки, чем ценности, связанные с конкретными действиями, из чего можно сделать вывод, что на данный момент между восприятием потребителями вопросов ЗОЖ и устойчивого потребления и реализацией конкретных действий имеется существенный разрыв.
- 4) Таким образом, можно сделать вывод, что компаниям надо развивать маркетинговые компетенции в области устойчивого развития, поскольку на рынке присутствует значительная доля тех потреби-

телей (кластер 1), у которых ценности здорового образа жизни и устойчивого потребления явно выражены. Те компании, которые начнут развивать свои компетенции в этой области и внедрять инновации, будут развивать свои конкурентные преимущества.

- 5) По результатам проведенного в данном параграфе анализа можно предложить следующие две основные маркетинговые компетенции в области устойчивого развития:
- маркетинговые знания о потребностях потребителей в области устойчивого потребления,
 - обучение потребителей и продвижение моделей устойчивого потребления.

Список литературы

1. Барсков В.В., Белостоцкая А.А., Забелин Б.Ф., Конников Е.А. Актуальные вопросы производственного менеджмента в практической деятельности промышленного предприятия. Казань, 2017.
2. Конников Е.А., Барсков В.В. Цель российской промышленности и результаты ее достижения на современном этапе // Экономика и предпринимательство. 2015. №11-2(64-2). С. 167–170.
3. Погребова О.А., Конников Е.А., Курбанбаева Д.Ф. Модель оценки устойчивости развития промышленного предприятия на базе реального опциона / В сб.: Международная конференция по мягким вычислениям и измерениям. 2017. Т. 2. С. 518–521.
4. Погребова О.А. Концептуальные основы формирования стандартов потребления на рынке здорового образа жизни // Маркетинг, менеджмент в цифровой экономике. 2016. Т. 2. №1. С. 51–69.
5. Belz, F.-M. & Peattie, K. (2009) Sustainability Marketing: A Global Perspective. Chichester: Wiley.
6. Dam KY and Apeldoorn PAC (1996) Sustainable Marketing. Journal of Macromarketing 16(2): 45-56.
7. Gogia, J., & Sharma, N. (2012). Consumers' compliance to adopt eco-friendly products for environmental sustainability. International Journal of Research in Commerce, Economics & Management, 2, 130–136.
8. Grunert, K.G., Hieke S. & Wills J. (2014) Sustainability labels on food products: consumer motivation, understanding and use. Food Policy, 44 (2014), 177–189.
9. Konnikov E.A., Yuldasheva O.U., Pogrebova O.A., Trefilova I.N., Soloveva Yu.N., Furtatova A.S. Influence of firm's marketing capacity and its strategic integration ability on the innovative performance // В сб.: Reliability, Infocom Technologies and Optimization (Trends and Future Directions) 6th International Conference ICRITO. 2017. P. 149–155;
10. Sheth, J.N. & Parvatiyar, A. (1995) Ecological Imperatives and the Role of Marketing. In Polonsky, M.J. & Mintu-Wimsatt, A.T. (ed.) Environmental Marketing: Strategies, Practice, Theory, and Research. New York: Hawarth Press, 3–20.

УДК 339.138

Лизовская Вероника Владимировна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ И ОЦЕНКИ ЦЕНОВЫХ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ

Аннотация. Программа лояльности создается для поддержания долгосрочных отношений с клиентами, а также достижения финансовых целей компании. Она всегда является уникальной для предприятия, и помогает оценивать эффективность маркетинговых мероприятий и маркетинга в компании в целом. Цели ценовой и неценовой программы лояльности отличаются, в связи с этим прослеживается отличие и метрик для оценки эффективности разных видов программ лояльности. Последнее время активно развиваются виртуальные программы лояльности, а также мультибрендовые программы на основе банковских карт, объединяющие предприятия из разных отраслей в одной программе лояльности. Такие программы создают еще большую ценность как для клиента, так и для участвующих в ней компаний.

Ключевые слова: лояльность, программа лояльности, поведенческая лояльность, воспринимаемая лояльность, скидки, карты лояльности, оценка эффективности программы лояльности.

Lizovskaya Veronika, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

LATEST TREND IN BUILDING-UP AND VALUATION OF CUSTOMER LOYALTY PROGRAMS BASED ON PRICE

Abstract. Loyalty programs are created maintaining the long-term relations with customers, as well as achieving financial goals. Company's loyalty program is always unique, and helps to value the efficiency of the marketing activity of the company. Targets of loyalty programs based on price and non-price loyalty programs are different and there is a difference on the metrics for efficiency valuation between them. Lately virtual loyalty programs are being very actively developed as well as multi-brand loyalty programs on the bases of bank cards, which gather companies from different industries together. Such loyalty programs bring more value to both companies and their customer.

Keywords: loyalty, loyalty program, behavioral loyalty, perceived loyalty, discounts, loyalty cards, loyalty program efficiency.

Использование программ лояльности является неотъемлемой частью маркетинговой политики большинства предприятий. Если некоторое время назад использование предприятием программы лояльности было важным конкурентным преимуществом компании, то в настоящее время это уже обязательный инструмент, отсутствие которого вызывает недоумение у клиента. При этом практика показывает, что использование схожих программ лояльности компаниями на одном и том же рынке приводит к снижению значимости компаний для клиентов и снижению их идентификации. Таким образом, диффе-

ренциация программы лояльности от конкурентов, является важной составляющей ее успешности. Она достигается в процессе разработки программы лояльности при определении вида программы, выборе варианта стимулирования участников, определении системы функционирования программы и ее составных частей, а также выборе участников и учете возможных направлений развития и расширения программы.

Эффективная программа лояльности способствует снижению затрат компании за счет удержания клиентов, основанном на повышении ценности взаимодействия клиента с компанией, компании с клиентом, а также решению поставленных задач компании.

Индивидуальный характер программ лояльности является следствием большого количества видов программ и доступности тех или иных инструментов для каждой компании в отдельности. Среди видов программ лояльности принято выделять следующие:

- открытые, то есть доступные всем клиентам, и закрытые, участие в которых предполагает вступление в определенный «клуб», выполнение определенных условий;
- моно- или мультибрендовые, то есть организованные одной компанией или совместные;
- местные, региональные, национальные, международные, то есть ограниченные территориально в пределах города, региона, страны и т.д.;
- постоянные или возобновляемые;
- ценовые и неценовые, то есть построенные на материальном поощрении, направленные на совершение покупателями повторных покупок, либо на моральном поощрении, направленные на улучшение отношения клиентов к компании и бренду.

Деление программ лояльности на ценовые и неценовые основано на выделении поведенческой и воспринимаемой лояльности. Таким образом, программы, направленные на повышение поведенческой лояльности, можно считать ценовыми, а воспринимаемой – неценовыми. В связи с этим можно говорить о двух направлениях формирования целей программ лояльности, а, соответственно, и оценки эффективности разрабатываемых и реализуемых программ.

Как долгосрочный инструмент стимулирования и поддержания отношений с клиентами, программы лояльности имеют стратегические цели, но могут выполнять и разовые задачи компании.

При определении целей воспринимаемой лояльности, основанной на отношении клиентов, можно говорить о следующих: улучшение отношения к компании или бренду, формирование эмоциональной привязанности клиентов к компании или продукту, совершенствование политики брендинга, улучшение маркетинговых коммуникаций. Исследование и оценка воспринимаемой лояльности основаны на опросах по следующим основным направлениям: приверженность клиентов, доверие к компании и бренду, достоинство, надежность и идентификация.

Ценовые программы лояльности стимулируют покупателя к совершению повторных покупок, увеличению суммы покупки и интенсивности взаимодей-

ствия с компанией и брендом, а следовательно напрямую ведут к росту дохода и прибыли. Основным инструментом для ценовых программ лояльности является цена и скидки.

На сегодняшний день существует достаточно большое разнообразие скидок, включаемых в программы лояльности. При этом на B2B рынке это в основном дилерские и дистрибьюторские скидки, специальные условия оплаты с большей отсрочкой, накопительные скидки за объем для постоянных клиентов.

На B2C рынке чаще всего применяются накопительные скидки (дифференцированные программы лояльности), однако, в противоположность, может предполагаться и одинаковая скидка для всех клиентов программы лояльности, вне зависимости от частоты и объема потребления (фиксированные программы лояльности). Для решения разовых задач в рамках программы лояльности могут использоваться скидка для поощрения комплексной закупки (дополнительная скидка при приобретении 2, 3 и так далее единиц товара), скидки для поощрения продажи нового товара, распродажи, сезонные и праздничные скидки. Праздничные скидки считаются важным механизмом формирования лояльности клиентов к торговой точке, и важным этапом создания долгосрочных взаимоотношений с клиентом. В качестве дополнительного морального поощрения компания может оказывать потребителям особые знаки внимания к праздникам: поздравлять с днем рождения и другими праздниками.

Другим вариантами вознаграждения программы лояльности являются информирование клиентов о специальных акциях компании (начале распродаж, специальных ценах на ограниченный ассортимент, новинках и новых торговых точках, организация специальных закрытых мероприятий для постоянных клиентов).

Важная составляющая программы лояльности – это ее физический носитель, то есть то, каким образом клиент может подтвердить свою принадлежность к программе лояльности, клубу покупателей и дисконтной программе. Чаще всего в качестве подобного носителя выступает карта постоянного покупателя, которая дополнительно несет следующие функции: информационная (о товаре, торговой точке, бренде), напоминания, эстетическую (красивый дизайн), ориентационную (при наличии карты или адресов торговых точек).

В последнее время торговые точки переходят на виртуальные карты, которые не предполагают физического носителя, а идентификация участников программы лояльности происходит по номеру телефона клиента. Это упрощает взаимодействие клиента с компанией, упрощает передачу клиентом компании информации, а напоминание о компании происходит не благодаря тому, что клиент постоянно видит карту, а путем информирования по электронной почте или смс. Кроме этого, предприятия предлагают клиентам использование мобильных приложений, вовлекая их в постоянное взаимодействие с компанией, где клиент может найти информацию об акциях компании, получить персональное предложение, увидеть историю покупок и многое другое.

Еще одной тенденцией в использовании карт лояльности является объединение нескольких фирм для организации совместной программы, формирование совместной программы лояльности на основе платежных карт с банком-эмитентом карты. Такие карты объединяют в себе возможности банковской

карты, скидки предприятий торговли, участвующих в программе лояльности, возможность накопления баллов при покупке и возможность оплаты баллами, возможность получения специальных условий оплаты (рассрочки). Совместные программы предоставляют всем компаниям, участвующим в ней, гораздо больше возможностей, связанных с расширением платежных возможностей клиента, увеличением объема информации о клиенте и его потребностях, а в перспективе на основе накопленных данных о потреблении с использованием BigData, появится возможность формирования индивидуального предложения для клиента, максимально соответствующего его потребностям. Таким образом, ценность таких программ как для клиента, так и для компаний значительно выше индивидуальных.

Эффективность программы лояльности может быть оценена на основе разработанной системы показателей (KPI), с учетом анализа возможного роста нематериальных активов компании (клиентской базы, стоимости бренда), а также доходов компании, прибыли, доли ранка компании.

Расчет индекса NPS позволяет оценивать результаты программы лояльности – анализировать долю участников программы и динамику отношения потребителей во времени. Индекс прогнозирует вероятность того, что клиент повторно купит что-либо у вас или порекомендует компанию друзьям и знакомым.

Вложения в программу лояльности в целом можно рассматривать, как маркетинговые инвестиции. В связи с этим существует показатель LTV (Life Time Value), характеризующий фактическую прибыль, которую клиент приносит компании за весь период взаимодействия с ней. Данный показатель учитывает и стоимость обслуживания клиентов, и стоимость удержания, и стоимость привлечения и т.д.

Список литературы

1. *Васин Ю.В., Лаврентьев Л.Г., Самсонов А.В.* Эффективные программы лояльности. Как привлечь и удержать клиентов. М.: Альпина Паблишер, 2007. 152 с.
2. *Добровидова М.А.* Эффективные технологии повышения лояльности потребителей // *Маркетинг и маркетинговые исследования.* 2005. №3. С. 48–53.
3. *Дымищ М.Н.* Потребительская лояльность: механизмы повторной покупки. М.: Вершина, 2007. 200 с.
4. *Райхельд Ф.Ф., Тил Т.* Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности / Пер. с англ. М.: Вильямс. 2005. 384 с.
5. *Ценообразование в торговом деле: теория и практика: Учебник для бакалавров / Маховикова Г.А., Лизовская В.В.* М.: Юрайт, 2017. 231 с.
6. *Цены и ценообразование в коммерции: Учебник для СПО / Маховикова Г.А., Лизовская В.В.* М.: Юрайт, 2017. 231 с.

УДК 338.22

Магарян Виталий Григорович
Мирошниченко Марина Александровна
Кубанский государственный университет,
Краснодар

АНАЛИЗ И РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО УЛУЧШЕНИЮ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Аннотация. В статье отражены проблемы предприятия общественного питания и разработаны предложения по улучшению системы контроля с использованием методов контроллинга, как инструмента менеджмента для принятия решений. Определены основные направления развития современных технологий обслуживания и мероприятия по активизации и улучшению рекламной деятельности в ресторане. Необходимо повышение технического уровня производства продукции, модернизация существующих производственных мощностей, применение современных технологий приготовления блюд. Большее значение приобретает использование современных методов сбора, обработки, хранения, современного анализа и представления информации для подготовки управленческих решений и является одним из важнейших и эффективных рычагов развития бизнеса. Основными направлениями развития современных технологий обслуживания в ресторане и предложены мероприятия по привлечению клиентов и повышению качества, увеличению доходности, прибыльности, устойчивости, а также повышению конкурентоспособности предприятия общественного питания.

Ключевые слова: качество, кейтеринг, конкурентоспособность, контроллинг, мероприятия, система контроля, эффективность.

Magaryan Vitaly, G.
Miroshnichenko Marina, A.
Kuban State University, Krasnodar

ANALYSIS AND DEVELOPMENT OF PROPOSALS ON IMPROVEMENT OF SYSTEM OF MANAGEMENT ON THE EXAMPLE OF PUBLIC CATERING ENTERPRISES

Abstract. The article reflects the problems of catering and developed proposals to improve the control system using the methods of controlling as a management tool for decision-making. Defined the main directions of development of modern technologies of services and activities to enhance and improve the promotional activities of the restaurant. It is necessary to increase the technical level of production, modernization of existing production facilities, the use of modern cooking technologies. More important is the use of modern methods of collection, processing, storage, modern analysis and presentation of information for the preparation of management decisions and is one of the most important and effective levers of business development. The main directions of development of modern technologies of service in restaurant are also offered actions for attraction of clients and improvement of quality, increase of profitability, profitability, stability, and also increase of competitiveness of the catering enterprise.

Keywords: quality, catering, competitiveness, controlling, activities, control system, efficiency.

В настоящее время, когда быстро изменяется внешняя среда и состояние на рынке, при системной и жесткой конкуренции от руководства предприятия требуется постоянный контроль за деятельностью поставленных организацией показателей и всех бизнес-процессов, аудит которых в ней протекают (производство, управление, качество и т.д.). И чем лучше и критичней будет его осведомленность, тем более эффективным будет трудовой процесс управления, производства, поскольку, руководство организации будет иметь возможность принимать оперативные и стратегические управленческие решения.

В свою очередь, исключение бумажных носителей информации, которые являются преградой на пути осуществления внедрения передовых современных технологий управления, возникает необходимость в создании информационной базы, базы знаний.

Большее значение приобретает использование современных методов сбора, обработки, хранения, современного анализа и представления информации для подготовки управленческих решений и является одним из важнейших и эффективных рычагов развития бизнеса. Информационные потоки предприятия обеспечивают динамичную работу предприятия. Создание системы информационно-методической поддержки предприятия в форме службы контроллинга является необходимой и первостепенной задачей, поскольку именно эффективная работа системы контроллинга может обеспечить помощь в оптимальном принятии решений руководством [1].

Контроллинг, как комплексная система, объединяющая управленческий учет, планирование, разработку бюджетов предприятия, а также анализ и контроль отклонений фактических результатов деятельности от плановых, может обеспечивать информационно-аналитическую поддержку процессов принятия решений при управлении организацией и может быть частью, прописывающей принятие эффективных решений в рамках определённых систем менеджмента [2].

Разработка мероприятий по улучшению системы менеджмента на примере предприятия общественного питания

Важнейшим условием конкурентоспособности предприятия общественного питания (в дальнейшем – ресторана) в первую очередь является качество его продукции. Поэтому в процессе управления производством в ресторане первостепенное внимание, на наш взгляд, должно быть уделено повышению качества продукции. На исследуемом предприятии не производится достаточный контроль за качеством продукции. Проверки должны быть как внутренними, так и внешними. Внешний контроль – это контроль со стороны органов местной администрации, санэпиднадзора, торговой инспекции и др. Оценки качеству пищи должны заноситься в контрольный журнал, бракеражный журнал. Внутренний контроль должен осуществляться администрацией ресторана.

На предприятии рекомендуется создать бракеражную комиссию, которая в своей деятельности руководствуется нормативно-технической документацией – сборниками рецептур блюд, технико-технологическими картами, ГОСТами. Бракеражная комиссия должна проводить органолептическую оценку качества пищи, определять фактическую массу блюд.

Важнейшими условиями выпуска блюд высокого качества является четкое соблюдение всеми работниками норм закладки сырья и осуществление технологического процесса в строгом соответствии с установленными требованиями. Повышение качества пищи во многом зависит от профессиональной подготовки специалистов предприятия. Поэтому рекомендуется повышение квалификации шеф-поваров и кондитеров. Также необходимо повышение технического уровня производства продукции, модернизация существующих производственных мощностей, применение современных технологий приготовления блюд.

Для успешной деятельности ресторана необходимо провести ряд мероприятий, способствующих привлечению клиентов:

- проведение тематических дней, выставок-распродаж;
- включение в меню блюд диетического питания;
- внедрение новых форм обслуживания и увеличение перечня предоставляемых дополнительных услуг (стол заказов, комплектация наборов «тормозков», кейтеринговые услуги);
- расширение ассортимента, разработка новых рецептов блюд;
- доработка должностной инструкции заведующего производством.

Следует уделить особое внимание рекламе ресторана. Реклама играет большую роль в деятельности предприятия, предоставляя потребителю информацию об изделиях или услугах, помогая клиенту предпочесть данный ресторан всем остальным. Основными мероприятиями по активизации и улучшению рекламной деятельности следует считать:

- выявление продукции и услуги, наиболее нуждающейся в рекламе;
- создание высокохудожественных, современных рекламно-графических средств;
- поиск новых форм рекламной продукции.

Основными направлениями развития современных технологий обслуживания в ресторане являются:

- создание концептуальных предложений для предприятий общественного питания;
- расширение сети виртуальных услуг ресторана, обеспечивающих прием заказа по сети Интернет и доставку его потребителю;
- приготовление блюд в присутствии посетителей;
- кейтеринг;
- мерчандайзинг организации предприятий общественного питания.

К прогрессивным технологиям обслуживания ресторана относится организация выездного обслуживания по системе кейтеринг. Кейтеринг – форма организации питания, при которой обслуживание происходит не в зале ресторана, а с выездом на пикники, презентации, свадьбы. С каждым годом спрос на выездное обслуживание растет, что делает это направление бизнеса весьма привлекательным. Можно выделить три основных вида кейтеринга: приготовление пищи в помещении, вне помещения (выездное обслуживание), контракт на поставку (доставка в офис). Умелая организация услуг кейтеринга приносит дополнительную прибыль предприятию, является также эффективным рекламным средством данного заведения.

На основании результатов проведенного исследования рекомендуем руководству ресторана следующие мероприятия, которые позволят ему быть конкурентоспособным и эффективным предприятием общественного питания (табл. 1).

Таблица 1

**Мероприятия по улучшению системы контроля,
направленной на повышение конкурентоспособности
предприятия общественного питания**

№	Мероприятия по улучшению системы контроля в ресторане
1	Постоянно анализировать соответствие спроса и предложения в процессе организации питания в ресторане
2	Организовать и расширять сферу семейного обслуживания в ресторане
3	Проводить диетические дни с учетом контингента постоянных клиентов
4	Стимулировать и мотивировать работу официантов, поваров и других сотрудников ресторана премии, грамотами с введением коэффициента трудового участия в зависимости от количества привлеченных посетителей
5	Постоянно улучшать и расширять рекламу деятельности ресторана
6	Разрабатывать и проводить благотворительные акции с целью и привлечения посетителей разного контингента
7	Повышать корпоративную культуру и мотивацию сотрудников ресторана, путем применения материальных и нематериальных приемов стимулирования
8	Постоянно улучшать культуру обслуживания и дизайн залов ресторана
9	Разрабатывать и проводить апробацию различных диет и тематических мероприятий
10	Организовать заказ блюд по телефону и доставку на дом, выделить специальную машину для бесплатной доставки (в радиусе 500 метров)
11	Постоянным клиентам выдавать дисконтные карты со скидкой 3%
12	Использовать столовые приборы и инвентарь для ресторана с улучшенным дизайном
13	Применять современные и привлекательные способы сервировки столов
14	Применять варианты складывания салфеток, выполненные в художественном стиле
15	Расширять рекламу услуг ресторана в средствах массовой информации края, на рекламных щитах города
16	Внедрять в производство новые компьютерные технологии, направленные на совершенствование рекламного процесса и коммуникационной политики ресторана
17	Эффективнее использовать имеющиеся новые коммуникационные каналы с использованием Интернета в целях усиления рекламной компании

Совершенствование на предприятии уникальных систем, направленных на улучшение качества продукции и услуг, применение инструментов контроллинга, корпоративная культура не только преодолевает трудности, но постоян-

но совершенствуется. В информационное обеспечение рекомендуется включить методику по установлению целей в области качества, а также типовую инструкцию по планированию действия для их достижения. Современные исследователи фиксируют преимущество инвестиций в информационные технологии по сравнению с вложениями в основные средства [3].

Таким образом, важным направлением в развитии ресторана является создание в Интернете привлекательного web-сайта. Для этих целей необходимо:

- разработать бизнес-план электронной рекламы в системе маркетинга, в котором определить источники финансирования и ясное представление о предлагаемой деятельности, проблемах, материальных рисках и результатах;
- разработать план работ по созданию web-сайта, с указанием времени, которое отводится для их исполнения, ответственных лиц и задействованных ресурсов;
- обеспечить информационное наполнение сайта.

Все это будет способствовать повышению доходности, прибыльности, устойчивости, а также повышению конкурентоспособности ресторана.

Список литературы

1. Ермоленко В.В., Ермоленко Д.В., Савченко А.П. Контроллинг как инструмент менеджмента управленческих знаний корпорации // Научный журнал КубГАУ. 2010. № 58(04) [Электронный ресурс]. URL: <http://ej.kubagro.ru/2010/04/pdf/08.pdf> (дата обращения: 01.12.2017).
2. Мирошниченко М.А. Современная концепция системы менеджмента качества: Учеб. пособие. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2012. 132 с.
3. Мирошниченко А.А. Интеллектуальный капитал в сфере управления современными информационными технологиями / Сб. науч. трудов: Экономика знаний. Проблемы управления формированием и развитием / Отв. ред. В.В. Ермоленко, М.Р. Закарян. 2014. С. 362–372.

УДК 339.138

Манжосов Александр Евгеньевич
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ВЕБ-ПЛАТФОРМ

Аннотация. Развитие информационных технологий и, как следствие, бурный рост цифровой экономики оказывает существенное влияние на развитие функций и инструментария маркетинговой деятельности бизнеса, постепенно изменяя их. Для успешного построения бизнес-процессов в рамках формирующейся новой среды коммуникации с потребителями компаниями необходимо осваивать новые пути повышения своей маркетинговой компетентности, чтобы быть в состоянии взаимодействовать с новыми источниками маркетинговой информации, распределяемой по цифровым каналам, а также внедрять новые подходы к оценке эффективности

своей маркетинговой деятельности. В этой связи представляется важным исследовать влияние характеристик веб-платформ на формирование потребительской лояльности.

Ключевые слова: лояльность, кастомизация, интернет, веб-платформы, маркетинг отношений.

Manzhosov Aleksandr, E.

Saint-Petersburg State University of Economics

CRATING CUSTOMER LOYALTY UTILISING WEB-PLATFORMS ENVIRONMENT

Abstract. Evolution of information technologies and as a consequence a rapid growth of digital economy have influenced the evolution of marketing tools and functions[^] re-shaping these business areas. For a successful business-processes maintaining in the framework of the new communication environment towards the customers it appears to be necessary for businesses to adopt new ways of increasing their marketing competencies in order to be able to interact with new information sources divided through different channels and implement conceptually new approaches for assessing their marketing activities. In these terms it is important to investigate the influence of web-platforms' characteristic on their ability to generate customer loyalty.

Keywords: loyalty, customization, Internet, web-platforms, relationship marketing.

Использование цифровых каналов коммуникации в целях формирования лояльного поведения потребителей к товарам или услугам компании в современной экономике представляют собой скорее необходимость, нежели дополнительную возможность повышения маржинальности бизнеса, особенно в свете гиперизменчивости экономической среды как с точки зрения влияния экономических факторов, так и с точки зрения все более ускоряющегося развития информационных технологий.

В этой связи явным становится тренд на изменение подходов к определению потребностей современных потребителей и формирование такого рода предложения, которое бы в максимальной степени учитывало индивидуальные желания конкретного покупателя, формировало бы совместные выгоды для компании и потребителя, вовлекая последнего в сам процесс создания продукта или услуги, а также помогало установить долгосрочную и тесную эмоциональную связь в цепочке «компания-продукт-потребитель».

Цифровая среда, в свою очередь, не только предоставляет возможности и новые инструменты для коммуникации с целевыми сегментами сбыта, но и по своей природе является катализатором укрепления взаимодействия бизнеса и потребителей, поскольку формирует ту социальную среду в пространстве сети Интернет, которая с каждым годом охватывает все большую аудиторию потенциальных потребителей и обеспечивает их высокую интеграцию в цифровое пространство.

Вместе с тем, информационные технологии оказывают влияние не только на возможности компаний. Считается, что с развитием технологий развились и в значительной степени претерпели изменения и сами поведенческие аспекты потребления, мотивы потребителей, их привычки и предпочтения [3]. Именно это также заставляет бизнес все больше инвестировать в изучение и понимание

меняющихся потребительских желаний и ценностей, формирующихся под влиянием цифровой среды, а также искать способы для формирования потребительской лояльности.

Таким образом, цифровая среда и сеть Интернет являются в современном мире одним из основных каналов, который компании могут использовать для создания прочной двусторонней связи со своими текущими и потенциальными потребителями и генерирования, создания ценности. Коммуникация, включая управление каналами связи с потребителями, является одним из краеугольных камней системы управления взаимоотношениями с клиентами [4].

Для создания ценности и ее последующей трансформации в лояльность со стороны клиентов компании должны обеспечить такой канал взаимодействия, который в наибольшей степени удовлетворяет текущие и будущие потребности и желания клиентов. В этой связи веб-сайт, как средство и место коммуникации, представляется одним из важных инструментов воздействия на покупателей и, соответственно, способом формировать их лояльность к компании, продукции или бренду.

Активное распространение интернета, особенно в его мобильной форме, спровоцировало изменения и в том, как компании и потребители взаимодействуют друг с другом. Веб-сайты и мобильные приложения как инструмент коммуникации стали играть значимую роль для компаний, поскольку они способствуют росту эффективности и сокращению затрат. Более того, они позволяют компаниям устанавливать и поддерживать более прямые отношения со своими клиентами. Схема взаимодействия с потребителями основные этапы, которые необходимо проанализировать для построения эффективной коммуникации в интернет-среде могут быть представлены в виде следующей воронки:



Рис. 1. Воронка онлайн коммуникации

Во-первых, потребители должны быть осведомлены о веб-сайте. Далее, критически важным является скоммуницировать потребителю те преимущества и выгоды, которые компания и веб-сайт как канал коммуникации способен им предоставить. Это важно еще и в контексте того, что сеть Интернет предоставляет практически безграничные возможности для потребителей в отношении поиска и изучения конкурирующих предложений на рынке. Следующим шагом

является конверсия посетителей веб-сайта в фактических потребителей продуктов и услуг, предлагаемых компанией. И, наконец, конечным этапом выстраивания взаимоотношений с потребителем является формирование лояльности.

В этой связи представляется очевидным, что канал коммуникации, помимо предлагаемых продуктов и услуг, должен сам по себе предлагать потребителю конкурентные преимущества [2]. Именно веб-сайт имеет все предпосылки для обеспечения вышеназванных целей, прежде всего потому, что обладает двумя ключевыми характеристиками: интерактивность и гибкость. Именно эти факторы могут обеспечить необходимый уровень выстраивания двусторонней связи между компанией и потребителем. Посредством обмена информацией с потребителями в том числе активизируется процесс изучения существующих и потенциальных предпочтений последних в отношении продуктов и услуг, которые способна предложить им компания. Таким образом, формируется то информационное поле, которое позволяет компании кастомизировать как сам канал связи, так и предлагаемые продукты и услуги, в зависимости от конкретных желаний и потребностей отдельно взятого потребителя. Основопологающей предпосылкой к этому является тот факт, что благодаря глубокому проникновению интернет-технологий в повседневную жизнь, в настоящее время начинает формироваться новый профиль современных потребителей, так называемое цифровое поколение, которое воспринимает веб-среду не только как основной источник информации, но и как инструмент удовлетворения своих потребностей в различных сферах [1].

В этой связи интересным представляется рассмотрение полного цикла взаимодействия компании и покупателя, который может быть представлен следующим образом:



Рис. 2. Этапы взаимодействия компании и потребителя

Последний из этапов, представленный на схеме выше, – лояльность потребителей, являет собой наиболее высокий уровень взаимоотношений с клиентами. В этой связи, для целей исследования лояльности в интернет среде, важ-

ным представляется рассмотрение веб-сайта не только и не столько как инструмента продвижения товаров и услуг и, соответственно, связанного с ними повторяющегося потребления, а скорее как инструмента непосредственно формирования лояльности, иными словами – способности веб-сайта как такового обеспечивать стремление потребителей совершать дальнейшие покупки у той или иной компании по прошествии времени вне зависимости от наличия похожих/равноценных товаров и услуг на рынке, представленных конкурентами.

Среди факторов, которые влияют на формирование потребительской лояльности в интернет среде особое место занимают построение доверительных отношений с покупателями и качественные характеристики веб-сайта как канала коммуникации. Считается, что именно эти два фактора в большей степени формируют положительное отношение потребителей к веб-сайту и обеспечивают общую удовлетворенность коммуникаций. При этом, важно понимать, что эти, как и другие факторы необходимо обеспечить на протяжении всего цикла коммуникации с покупателем в цифровой среде, поскольку потребитель довольно легко может переключиться на конкурентные предложения и покинуть сайт на разных этапах интеракции, проиллюстрированных ранее.

Процесс онлайн-покупки хронологически можно разделить на три этапа: 1) предварительный этап (идентификация потребности, поиск информации, оценка альтернативных продуктов, выбор канала продаж), 2) покупка и 3) реакция на потребление.

Таким образом, рассмотрение отдельных характеристик веб-сайта и связанного с ними влияния на формирование лояльности, представляется интересным для дальнейшего исследования именно в структуре этапов, обозначенных выше, поскольку существующие теоретические и практические исследования в этой области выделяют различный уровень влияния тех или иных характеристик и свойств веб-сайта.

Вместе с тем, формирование лояльности путем создания веб-платформы, отвечающей ожиданиям потребителей и формирующей добавленную стоимость, тем не менее, не может рассматриваться исключительно с точки зрения онлайн инструментария, в связи с чем дальнейшее изучение степени онлайн-влияния и необходимых условий для построения эффективной коммуникации, с учетом данного ограничения, представляются перспективным направлением для дальнейшего изучения.

Список литературы

1. Соловьева Ю.Н. Управление маркетинговой компетентностью: учебник для магистратуры. СПб.: Астерион, 2015.
2. Chaffey D. E-business & e-commerce management: strategy, implementation and practice / Harlow.: Financial Times Prentice Hall. 2011.
3. Fan W.S., Tsai M.C. Factors driving website success – the key role of Internet customization and the influence of website design quality and Internet marketing strategy. / Total Quality Management & Business Excellence. Vol. 21. No.11. 2010. pp. 1141–1159.
4. Peelen E. Customer relationship management. / Amsterdam.: Pearson Education. 2009.

УДК 658.8

Мелентьева Надежда Ивановна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

К ВОПРОСУ О МОТИВАЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ СРЕДЫ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы мотивации маркетинговых коммуникаций в условиях цифровой среды.

Ключевые слова: мотивация; маркетинговые коммуникации; межсубъектные коммуникации.

Melenteva Nadezda, I.
Saint-Petersburg State University of Economics

ON THE MOTIVATION OF MARKETING COMMUNICATIONS IN A DIGITAL ENVIRONMENT

Abstract: In the article deal with questions of motivation of marketing communications in the conditions of the digital environment.

Keywords: motivation; marketing communications; interpersonal communications.

Особое значение системы мотиваций приобретают в условиях перехода экономики к новым отношениям, базирующимся на необычайно расширившихся возможностях выбора субъектных действий в условиях цифровой трансформации. И здесь определяющим моментом является как раз мотивационная сфера, системное «включение» которой в экономику расширенных возможностей, глобальной информатизации и глобальных коммуникаций позволяет создать конкурентное преимущество, основанное на осознанном и активном использовании мотивационного ресурса.

В сети коммуникаций мотивационная сфера играет роль инфраструктурной составляющей, являясь наиболее глубинным механизмом, определяющим содержание, характер и разнообразные формы проявления экономических интересов участников сети, как- то покупателей, производителей, посредников и других стейкхолдеров.

Мотивы являются основной движущей силой поведения экономического субъекта, побуждающей его к совершению действий, целью которых, с точки зрения маркетинга, является получение определенного результата (экономического, социального, личностного), связанного с удовлетворением потребностей субъектов системы маркетинга.

При этом под мотивацией принято сегодня понимать и учение о мотивах, рассматриваемых с самых различных точек зрения, и всю совокупность сложнейших процессов, связанных с проявлением мотивов в деятельности человека.

Существующие в современной науке многочисленные мотивационные теории, фиксирующие внимание на отдельных компонентах или комплексах мотивационной сферы (бихевиоризм и необихевиоризм, фрейдизм, гештальтизм, персонализм, школа деятельностной психологии и многочисленные другие направления) в целом достаточно адекватно и всесторонне выражают важнейшие структурные, ситуационные и операционально-процессные составляющие, определяющие характер человеческого поведения. Поэтому остановимся лишь на некоторых ключевых положениях, отраженных в психологических теориях, которые, на наш взгляд, наиболее важны для сферы экономики и теории маркетинга и адекватно отражают понимание мотивации как целостного системного образования, определяющего поведение человека или отдельных социальных групп в условиях диджитализации.

Так, категория *установка* (теория установки Д.Н. Узнадзе), а также социальная установка, рассматриваемая в качестве относительно устойчивой во времени системы взглядов, определяющих предрасположение индивида или группы определенным образом реагировать на те или иные явления социальной действительности (У.Томас, Г. Мэрфи, Г. Олпорт), а также «побудительная сила вещей» К. Левина, имеют большое значение в осуществлении маркетинговых коммуникаций с покупателями с целью формирования и управления их покупательским опытом. Именно эта «побудительная сила вещей», на наш взгляд, во многом определила формирование философии и практики маркетинга, фактически став краеугольным камнем рекламной науки, хотя в обширной литературе по маркетингу и рекламе роль К. Левина явно недооценивается. Важным достижением теории мотиваций явилось положение Г. Олпорта об относительной независимости мотиваций человека от элементарных биологических потребностей, а также тезис Ж. Нюттена об осознанном «идеоторном» характере мотивов, которые выражают систему важнейших жизненных ценностей человека.

Особое значение с точки зрения воздействия на экономическую науку имеют исследования А.Н. Леонтьева [1], показавшего существенную зависимость протекания различных психических процессов от содержания и структуры *деятельности* человека и социальных групп, мотивов, определяющих эту деятельность, целей, лежащих в ее основе и средств, необходимых для ее осуществления.

В концепции Леонтьева дан психологический механизм процесса, в результате которого факторы психической жизни человека, влияющие на его действия, приобретают функцию мотива. Этот мотив осознается человеком и приобретает новые черты уже в качестве побуждения. Устанавливается зависимость усложнения деятельности одновременно с развитием и изменением мотивации. В качестве движущей силы, основного звена указанного процесса А.Н. Леонтьев называет «сдвиг мотивов на цели и их осознание», который происходит в процессе деятельности человека и тем самым меняет для него характер этой деятельности и объясняет сложный процесс рождения новых мотивов и формирование соответствующих им новых человеческих потребностей.

С тезисом о том, что «не эмоции определяют сферу мотивов человека, а наоборот, развитие мотивов человеческой деятельности обогащает и перестраивает сами эмоции и чувства» [2], отчасти можно согласиться, но, на наш взгляд,

нельзя не признать, и это подтверждает современная маркетинговая теория и практика, что, например, под влиянием хорошо организованной рекламы, активно, системно и агрессивно воздействующей на эмоциональную сферу человека, возможна инверсия причины и следствия, когда именно эмоции начинают формировать мотивы массового покупательского поведения (эффект, который в теории систем называется замыканием цепочки причинности).

С точки зрения реальных рыночных взаимодействий между участниками рыночной сети чрезвычайно важным является умение *отличать мотивы от мотивировок*. Мотивировки, или псевдомотивы, представляют собой более или менее правдоподобные высказывания или демонстративные действия, маскирующие реальные мотивы и призванные оправдать те или иные мероприятия путем указания на объективные и субъективные побуждающие обстоятельства, как бы естественно вынуждающие субъекта к определенному образу действий. Очевидно, что в экономике именно мотивировки, а не мотивы определяют поверхностный слой системы взаимодействий в условиях современного рынка, причем такой тип поведения свойственен не только конкурентам, но часто и партнерам по бизнесу.

Анализ обширной литературы, связанной с проблемами мотивации, дает возможность рассматривать категорию «мотивация» как комплексную и многоплановую. Такой комплексный подход, включающий в себя основные аспекты мотивации, дает возможность рассмотреть процесс, роль и значение мотивации в сети межсубъектных взаимодействий как движущей силы развертывания мотивационного взаимодействия.

Для человека как социального существа первостепенное значение имеет мотивация межличностного выбора, рассматриваемая как система мотивов, действующих в пространстве межсубъектного взаимодействия и выявляемых в процессе социально-психологического исследования межсубъектных и личностных взаимоотношений в системах маркетинга. Для более глубокого понимания решений, принимаемых как отдельными людьми, так и организациями, важно исследовать не сам выбор как таковой, а то, какие мотивы лежат в основе этого выбора.

Ценность такого исследования с практической точки зрения определяется тем, что оно дает наиболее содержательную характеристику реальной структуры взаимодействий, связей и отношений в сети межсубъектных коммуникаций, как бы описывая истинную топологию этой сети, которая, как правило, существенно отличается от ее внешней, «витринной» ее части. Кроме того, в маркетинге исследование мотивации межличностного выбора может рассматриваться также в качестве важного методологического ориентира, помогающего увидеть реального покупателя, продавца, партнера и выявить систему его предпочтений относительно выбираемых им видов и форм деловых коммуникаций.

Для упрощения этой исследовательской задачи маркетингологи часто прибегают к изучению не мотивации в целом, а отдельных ее проявлений и форм, таких как «потребность», «интерес», «цель» и т.д.

Считается, что потребности идут впереди производства и вызывают к жизни создание товаров, необходимых для их удовлетворения, и в каждый данный период времени потребности значительно шире объема производства. Такая, когда-то считавшаяся классической точка зрения, в современной концеп-

ции маркетинга была расширена в том смысле, что теперь сами потребности могут быть предметом «производства». Иными словами, если старая маркетинговая схема предполагала реализацию следующей цепочки действий: «изучение потребностей – производство соответствующих предметов – продажа этих предметов», то в рамках новой маркетинговой философии возникает, наряду с классической схемой, новый процесс: «создание потребностей – производство соответствующих предметов – продажа этих предметов для удовлетворения созданных маркетингом потребностей»[3]. В этой связи в основе мотивационного механизма интегративного сетевого взаимодействия лежит образование долгосрочных обменно-деятельностных отношений на базе реализации общих экономических интересов. Такие отношения приобретают сегодня характер главного ресурса системы маркетинга. Отношения как результат эффективного взаимодействия становятся продуктом, в который интегрированы интеллектуальный и информационный ресурсы – главные факторы непрерывности рыночных отношений. При этом сами отношения перестают быть чисто коммерческими и охватывают все направления деятельности субъектов – от информационного обмена до координации маркетинговых и сбытовых усилий.

Таким образом, знание и расширение понятийного аппарата в сложнейшей сфере маркетинговых коммуникаций, является важным и необходимым условием для развития модельных представлений мотивационных процессов, которые, в свою очередь, являются основой развития и совершенствования реальных мотивационных процессов в условиях цифровой трансформации.

Список литературы

1. Леонтьев А.Н. Деятельность, сознание, личность. М.: Политиздат, 1975.
2. Проблемы речевого воздействия на аудиторию в зарубежной социально-психологической литературе: Сб. науч. трудов. Л.: НИИ общ. образов. взрослых, 1973.
3. Татаренко В.Н., Мелентьева Н.И. Маркетинг влияния и философия управления. Информация. Коммуникации. Конкурентная политика: Монография. Saarbrücken, LAP LAMBERT Academic Publishing, 2013.

УДК 339.138

Писарева Екатерина Владимировна
Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ)

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД ПРИ ПРИНЯТИИ МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА

Аннотация. В статье рассматривается управленческая проблематика с учетом концептуального подхода с позиции теории взаимодействия и обосновывается ее актуальность при принятии маркетинговых решений. В работе исследуются проблемы развития маркетинга,

© Е.В. Писарева, 2018.

рассматриваются вопросы принятия рациональных решений в направлении развития бизнеса в условиях современного рынка.

Ключевые слова: маркетинг взаимодействия, развитие маркетинга, маркетинг, принятие управленческих решений, комплекс маркетинга.

Pisareva Ekaterina, V.

Rostov State University of Economics

AN INTEGRATED APPROACH IN MAKING MARKETING DECISIONS IN TODAY'S MARKET

Abstract. The article discusses the managerial issues with the conceptual approach of the theory of interaction and prove its relevance in marketing decision making. This paper investigates the problem of marketing development, discusses the rational decision-making in the direction of the business in today's market.

Keywords: interaction marketing, marketing development, marketing, management decisions, marketing mix.

Рыночные условия современной экономической действительности характеризуются активностью происходящих трансформационных процессов и включают необходимость применения гибкого маркетингового подхода в управленческой деятельности хозяйствующих субъектов. Как известно, данный подход предполагает признание приоритетности потребительских предпочтений и их учет при принятии управленческих решений.

Актуальные вопросы маркетинг менеджмента рассматривались нами ранее [1; 2; 3], в данной же работе представляется необходимым рассмотреть комплексный подход при принятии маркетинговых решений. По мнению В.А. Полякова и О.В. Юдиной, сегодня действительно важна: «изначальная ориентация на ожидания и актуальные потребности потребителя, ориентация на конкурентную среду» [4, с. 3–9], что справедливо и особенно значимо в сложившейся ситуации перенасыщенности рынка однородными товарами и в условиях жесткой конкуренции. Весьма действенной с этой позиции представляется концепция маркетингового взаимодействия, которая концентрирует внимание управленца на взаимодействиях, возникающих в ходе реализации рыночной активности. Разработка рациональных управленческих решений в русле данной концепции обеспечивает эффективность хозяйствования и действенность принимаемых решений в долгосрочной перспективе при выстраивании длительных отношений с потребителями, покупателями, партнерами, конкурентами. Гармоничные отношения с субъектами рынка в условиях турбулентной экономики выступает гарантом устойчивости. Сетевая структура организации бизнес-активности, которая обеспечивается в результате эффективных взаимодействий, весьма рациональна, в данном случае возможности устойчивого роста и укрепления конкурентоспособности формируются как результат опыта гармоничных отношений хозяйствующих субъектов. По мнению Я.И. Семилетовой, партнерский маркетинг является инструментом оптимизации работы и повы-

шения доходности бизнеса, причем гармонизация – важнейший акцент [5, с. 162–167]. Хотелось бы отметить, что партнерский маркетинг сегодня нельзя в полной мере назвать инновационным направлением, однако, данная концепция, при внедрении ее принципов в бизнес-активность хозяйствующего субъекта, выступает катализатором инновационного роста предприятия. Весьма высока значимость активных преобразований в бизнесе в условиях созревшей необходимости формирования инновационного потенциала отечественных компаний и его реализацию через призму маркетинга [6, с. 58–62]. Л.В. Каржавых отмечает, что инновационное развитие организаций зависит не только от разработки новых идей и доведения их до состояния новшества, но и от продвижения, создания спроса на рынке; а в условиях совершенствования информационных технологий и формирования рынка открытых инноваций, возрастает роль потребителя, который активно начинает принимать участие в инновационных процессах [7, с. 158–161]. Весьма справедливо замечание о роли потребителя в инновационном процессе развития, причем долгосрочный характер партнерских взаимоотношений обеспечивается грамотной управленческой активностью, которая, в свою очередь, реализуется на основе стратегических ориентиров, принятых в компании. Ю.Н. Соловьева рассматривает направления по стратегической ориентации маркетинга взаимоотношений [8, с. 150–165]. Данный подход уместно использовать при исследовании вопросов развития. Комплекс вопросов по управлению маркетинговыми решениями сосредоточен в зоне ответственности управленцев. Именно на данном этапе осуществляется деятельность по гармонизации взаимодействия с субъектами рынка на предмет производства и реализации продукта. А.В. Манохин делает акцент на системности маркетинга и современной экономики, уделяя особое внимание в работе осмыслению процессов, происходящих в социально-экономических и маркетинговых системах, а также их математической формализации [9, с. 3–11]. Развитие бизнеса без учета системного подхода, без слаженности в вопросах маркетингового управления не представляется возможным. Базируясь на подходе, предложенном в работе В.А. Полякова и О.В. Юдиной, где представлена структура коммуникативного K-mix в маркетинге, сформируем схему, отличающуюся комплексностью, а также взглядом с позиции не просто необходимости выстраивания коммуникаций, но формирования прочных взаимодействий, что формирует устойчивый фундамент рыночного хозяйствования (рис. 1).

В заключение отметим, комплексный подход в вопросах принятия маркетинговых решений весьма важен с позиции согласованности действий рыночной активности согласно элементам маркетинг-микс. В зоне ответственности каждого элемента комплекса необходимо выстраивание взаимовыгодных отношений, основанных на перспективах долгосрочного сотрудничества. Учетом тенденций потребления и клиентских предпочтений обеспечивается рост и развитие отечественных компаний, а формирование доверительных отношений с потребителями – залог устойчивого развития в долгосрочной перспективе.

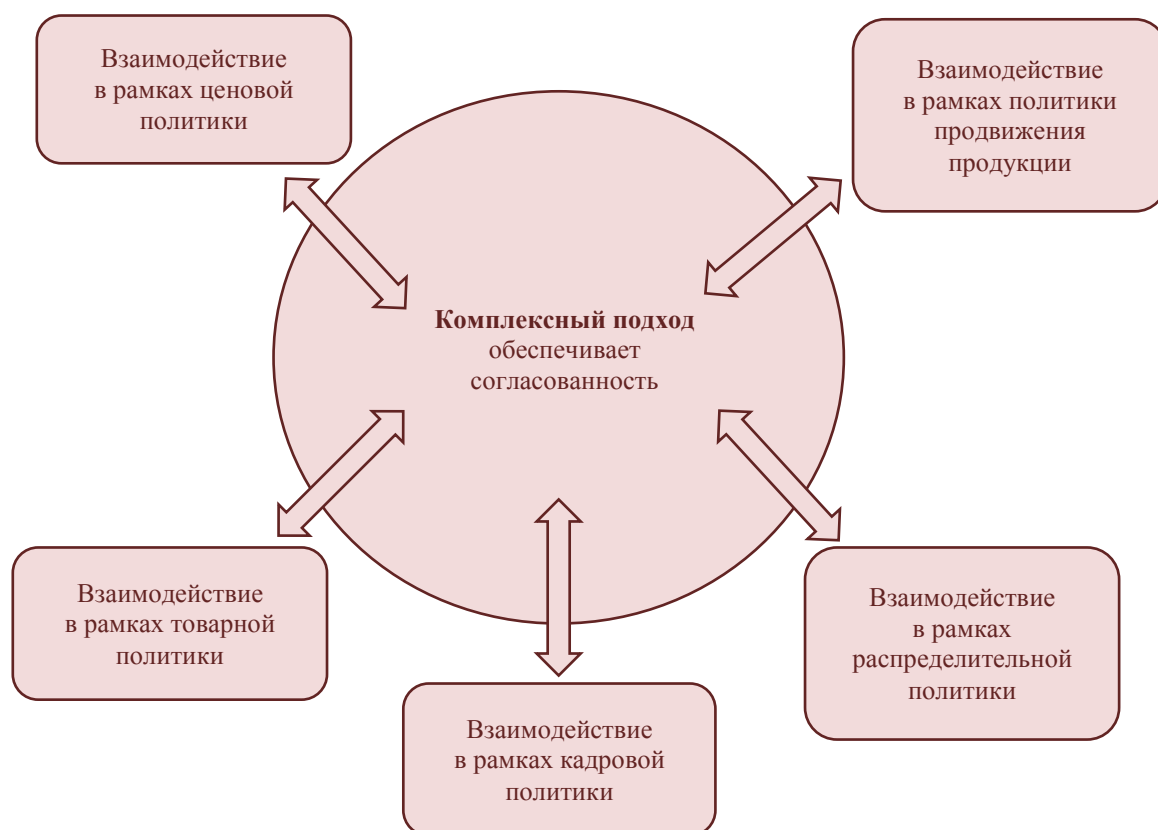


Рис. 1. Комплексный подход при принятии маркетинговых решений в условиях современного рынка

Список литературы

1. Писарева Е.В. Формирование концепции интегрированного маркетинг менеджмента компаний // Вестник факультета управления СПбГЭУ. 2017. №1-1. С. 301-307.
2. Писарева Е.В. Интегрированный маркетинг менеджмент и перспектива холистического маркетинга // Маркетинг менеджмент в цифровой экономике. 2016. Т. 2. №1. С. 70–95.
3. Писарева Е.В. Формирование моделей интегрированного маркетинга компаний // Вопросы новой экономики. 2016. №4(40). С. 71–76.
4. Поляков В.А., Юдина О.В. Новые подходы в развитии концепций комплекса маркетинга // Известия Тульского гос. ун-та. Экономические и юридические науки. 2015. №3-1. С. 3–9.
5. Семилетова Я.И. Партнерский маркетинг в развитии взаимовыгодных отношений между рыночными игроками // Известия СПб. гос. аграрного ун-та. 2016. №45. С. 162–167.
6. Сергиенко Е.С. Маркетинговый подход к реализации инновационных процессов // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т. 6. №8. С. 58–62.
7. Каржавых Л.В. Роль социально-этического маркетинга в развитии потребителя инновационного типа // Новая наука: Опыт, традиции, инновации. 2015. №7-1. С. 158–161.
8. Соловьева Ю.Н. Развитие маркетинговой компетентности как предпосылка внедрения маркетинга взаимоотношений // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Науч.-исследов. центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2014. №1. С. 150–165.
9. Манохин А.В. Системность маркетинга и экономики // Маркетинг в России и за рубежом. 2010. №3. С. 3–11.

УДК 339.138

Сергиенко Елена Сергеевна
Южный федеральный университет,
Ростов-на-Дону

**УПРАВЛЕНИЕ
ИННОВАЦИОННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ БИЗНЕС-СТРУКТУР:
МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД**

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы социально-хозяйственной парадигмы, которая предполагает более совершенную и качественную систему хозяйствования субъектов на рынке. Комплекс задач, связанных с данной проблематикой предопределяет объективную необходимость формирования инновационного потенциала российских компаний и исследование возможностей его реализации с позиции маркетингового подхода.

Ключевые слова: менеджмент, управление, маркетинг, инновации, инновационная деятельность.

Sergienko Elena, S.
Southern Federal University, Rostov-on-Don

**MANAGEMENT
OF INNOVATIVE POTENTIAL OF BUSINESS STRUCTURES:
MARKETING APPROACH**

Abstract. This paper investigates the socio-economic paradigm, which involves more advanced and high quality system of economic entities on the market. The complex of the tasks associated with this field determines the objective necessity of formation of innovative potential of Russian companies and research its potential marketing tools.

Keywords: marketing, innovations, innovative activity, innovations, market activity.

Значимость исследования обозначенной тематики обосновывается условиями современной экономической реальности, которые, в свою очередь, формируют требования для предприятий, реализующих свою активность на рынке. Данные требования во многом состоят в реализации обоснованных принципов, моделей и инструментов современного менеджмента, что приводит к необходимости значительных изменений в финансово-хозяйственной деятельности предприятий. Происходящие рыночные преобразования формируют требования стремительных темпов инновационного развития [5; 6; 7; 9], происходящие процессы тесным образом связаны с производственно-технологической деятельностью, материально-техническим снабжением, функционированием подразделений предприятий и их взаимодействием [4, с. 109–111], сбытом готовой продукции. Все это требует внедрения новых способов маркетинговой стратегии, изменения устоявшихся взглядов на сущность и содержание используемых приемов в деятельности предприятий [3]. Эти области нуждаются в реализации процессов преобразований инновационного характера.

Актуальность исследуемых инновационных процессов связана с планомерным инновационным развитием, которое выражается в постоянном совершенствовании технологий, в частности, развитие прогрессивного малооперационного и ресурсосберегающего направлений, с учетом возможностей экономии сырья, топлива, материалов. Цель деятельности любой компании состоит в обеспечении прибыли в долгосрочной перспективе [8, с. 406–410], без реализации инновационных процессов не представляется возможным достижение данной целевой установки. В условиях современной действительности констатируется формирование новой социально-хозяйственной парадигмы, которая представляет собой систему хозяйствования на более высоком качественном уровне, что предопределяет объективную необходимость формирования инновационного потенциала отечественных компаний. По словам А.С. Афанасьевой: «условия современной российской действительности, характеризующиеся усилением геополитического и внешнеэкономического давления на национальную экономику, существенной девальвацией рубля к основным мировым валютам, продолжающейся стагнацией, сокращением внутреннего спроса, возрастающим бюджетным дефицитом и другими негативными тенденциями, предопределяют необходимость поиска отечественными предприятиями способов адаптации к новой хозяйственной реальности. Решению этой проблемы в значительной степени будет способствовать переход отечественного бизнеса на инновационный социально ориентированный тип экономического развития» [1, с. 33–36]. Переход от устоявшихся принципов, моделей и инструментов управления к инновационным, обусловлен потребностью в адаптации к стремительно меняющимся реалиям внешней среды.

Следуя логике, рассмотрим содержательную сущность и последовательность реализации инновационного процесса в компании. Как отмечает Л.Е. Никифорова, инновационный и традиционный (рутинный) процесс имеют принципиальные отличия, что на практике весьма усложняют задачу их совместимости. Реализация инноваций в хозяйственной практике предприятий является результатом реализуемого инновационного процесса. Данный процесс является сложной совокупностью последовательных и параллельных этапов по получению научного результата и его использованию для достижения социально-экономического результата. Как отмечает А.А. Голубев [2], инновационный процесс начинается с исследования, которое является некоторой активностью по получению нового знания. Данный этап включает два последовательных пункта – фундаментальные исследования (предполагает получение нового теоретического знания в рассматриваемой области) и прикладные исследования (предполагает выявление возможных областей применения результатов фундаментального исследования). Этап разработки – это процесс создания модели будущего объекта производства (продукта) в виде его научного описания. В зависимости от степени детализации модели различают, по мнению А.А. Голубева, научно-исследовательские разработки (НИР) и опытные разработки (ОР). Результаты, полученные на этапе разработок являются базисом конкретной инновации, выраженной в определенном продукте (изделии). Этап внедрения представляет собой комплекс действий, направленных на создание условий изготовления продукта и, в общем случае, включает в себя такие последовательные этапы, как строительство, освоение производства и непосред-

ственно производство. Длительность инновационного процесса, по словам автора, характеризуется продолжительностью жизненного цикла инновации: в общем случае промежутка времени от начала прикладных исследований до исчерпания эффекта новизны продукта. Этап использования включает такие элементы, как маркетинг и продажи. По нашему мнению, маркетинговые принципы должны быть реализованы с самого первого этапа в общей структуре инновационного процесса на каждом этапе жизненного цикла.

Следует отметить, любые нововведения в компании необходимо осуществлять с постоянным мониторингом нужд и потребностей потребителей, с анализом обратной связи, для своевременных трансформаций предмета инноваций, что, в свою очередь, обеспечивает циклический характер инновационных процессов, происходящих в бизнесе.

Список литературы

1. *Афанасьев А.С.* Управление инновационным потенциалом организации // Труды Братского гос. ун-та. Серия: Экономика и управление. 2016. №1. С. 33–36.
2. *Голубев А.А.* Экономика и управление инновационной деятельностью. СПб.: СПбГУ ИТМО, 2012. 119 с.
3. *Горшенева О.В.* Оптимизация деятельности торгового предприятия путем применения наиболее эффективной маркетинговой стратегии. Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2016.
4. *Ларкина Н.Г., Стефанова И.В.* Роль маркетинговых инструментов в системе перманентного развития территориальных образований // Terra Economicus. 2011. Т. 9. №3-2. С. 109–111.
5. *Писарева Е.В.* Анализ проблем развития российского рынка в современных условиях: маркетинговый подход // Общество: политика, экономика, право. 2016. №3. С. 91–94.
6. *Писарева Е.В.* Тенденции и проблемы развития маркетинговой деятельности в России // Экономика и управление: проблемы, решения. 2016. №4. С. 69–75.
7. *Писарева Е.В.* Теория и методология реализации моделей комплекса маркетинга с учетом контекста реалий российского рынка // Инновационное развитие экономики. 2016. №2(32). С. 234–242.
8. *Сергиенко Е.С., Сапрыкина Н.В., Плехотникова Г.В.* Пищевая промышленность региона: кластерный путь развития // Экономика и предпринимательство. 2015. №5-2(58-2). С. 406–410.
9. *Стефанова И.В.* Территориальные кластеры: сущность, критерии формирования, роль в развитии регионов // Экономика и предпринимательство. 2016. №11-2(76-2). С. 1049–1051.

УДК 658

Тюмина Дарья Сергеевна

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

СТРУКТУРА ИННОВАЦИОННОЙ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

Аннотация. В статье автор рассматривает содержание понятия инновационной бизнес-модели как инструмента повышения конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: структура бизнес-модели, создание ценности, инновационное развитие.

STRUCTURE OF INNOVATIVE BUSINESS MODEL

Abstract. The author elaborates on the definition of an innovative business model as an instrument to enhance firm's efficiency.

Keywords: a structure of the innovative business model, value creation, innovations development.

Инновационная бизнес-модель воплощает собой новый интеграционный подход к созданию потребительской ценности. Она может задействовать уникальную комбинацию новых и прежних продуктов или услуг, сместить позицию на рынке, производственный процесс и привносить другие типы изменений.

Внедрение инновационной бизнес-модели, основанной на трансформации ценностей, позволяет найти новый сегмент потребителей, который не обслуживают существующие на рынке компании, поскольку для них данный сегмент выглядит недостаточно привлекательным.

Для компаний с сформировавшейся структурой переход к инновационной бизнес-модели оборачивается трудоемким и сложным процессом, поскольку у этих уже устоявшаяся бизнес-модель не вызывает стимулов к коренным изменениям в краткосрочной перспективе [3].

Для концептуализации бизнес-модели рассмотрим ее основные элементы, каждый из которых компонуется с ключевыми ресурсами и возможностями бизнес-модели: структура организации, организационная культура, персонал, процессы, которые в свою очередь включают в себя предложение, отношения с потребителям. Структура бизнес-модели также описывает процесс создания ценности и ее получения (рис. 1).

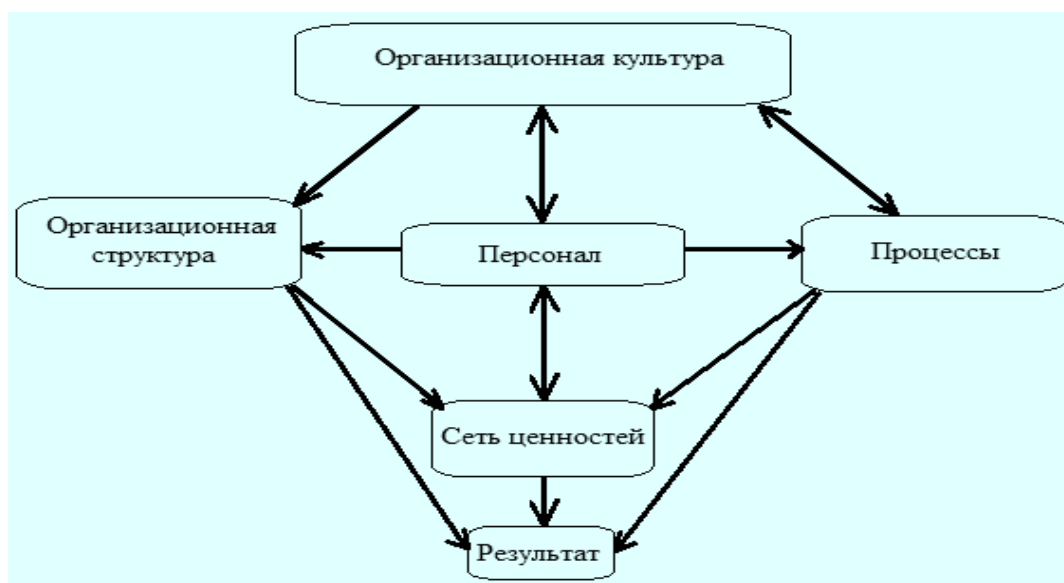


Рис. 1. Структура бизнес-модели

Организационная структура

В то время как бизнес-модель подразумевает ряд действий, которые фирма выполняет для создания и удержания ценности, организационная структура имеет три основные цели. Во-первых, организационная структура должна содействовать своевременному получению информации конкретным сотрудникам, ответственным за принятие решений, ограничивая при этом доступ к информации сторонним людям. Во-вторых, эффективная структура требует искусного умения проводить специализацию (в организационно-структурном смысле) и интеграцию. Производственное и маркетинговое подразделения фирмы должны выполнять отдельные функции, так как каждое из них фокусируется на своем участке работы, чтобы фирма работала эффективнее в целом. Делегирование каждому подразделению функций, входящих в круг его непосредственных обязанностей, которые выполняются безукоризненно, и составляет понятие специализации в организационном смысле. Тем не менее, отдельные функциональные отделы должны действовать в унисон друг с другом. Это означает интеграцию разных направлений деятельности фирмы по созданию потребительской ценности. В-третьих, конечной целью организационной структуры является координация взаимодействия между подразделениями для проведения интеграции. Запуск нового продукта будет более эффективным, если группы по его разработке и маркетингу будут координировать свои действия, обмениваясь данными о ходе работ по своим направлениям и используя полученные вводные для корректировки своей деятельности.

Организационные структуры также включают в себя так называемые процессы.

Процессы фирмы – это «модели взаимодействия, координации, коммуникации и принятия решений, которые сотрудники используют для трансформации возможностей в продукцию и услуги, имеющие большую ценность». Эти модели являются функцией от типа действующей бизнес-модели, организационной структуры и системы стимулирования. Например, в процессе, названном «химизацией», корпорация Sharp принудительно переводила 3% ученых между отделами НИОКР своих филиалов каждые три года. Этот процесс заставил ведущих ученых взаимодействовать с коллегами в других лабораториях, обмениваться знаниями, которые не так просто передавать на физических носителях или через научные публикации. Такие переводы в Sharp также были сигналом признания высокой квалификации специалиста, что являлось важной наградой для ученых. Более того, работа в других лабораториях дала ученым Sharp возможность развивать отношения, которые могли бы пригодиться позже, после возвращения в свои «родные» подразделения или филиалы. Другим пример является «правило 20% от Google» – сотрудникам компании было предложено тратить 20% своего времени на инновационные проекты, которые имели очень мало или вообще ничего общего с их основным направлением деятельности.

Должным образом выстроенная организационная структура в сочетании с правильными организационными системами может привести к налаживанию эффективной циркуляции внутренней информации. При этом сама информационная система может быть использована для повышения эффективности обмена

потоками данных для достижения целевых показателей в выбранный момент принятия решений. Системы информационных потоков можно объединить в две группы: (1) информационные и коммуникационные технологии, которые позволяют осуществлять обмен электронной информацией, и (2) физическую инфраструктуру (рабочее пространство), которые обеспечивают личное, иногда незапланированное взаимодействие. Цифровые сети, такие как Интернет, позволяют любому человеку в любой точке земного шара иметь доступ к информации всей организации. Например, во время разработки продукта информация о состоянии продуктов, идеях для улучшения продуктов доступны любому пользователю в любой точке мира с разрешением и доступом к внутренней сети компании. Информационные системы могут использоваться для дополнения информационных потоков, которые осуществляются в силу характера структуры самой организации.

Исследования профессора Тома Аллена из Массачусетского технологического института показывают, что физическая компоновка зданий может сыграть значительную роль в объеме коммуникаций между инженерами/учеными и, следовательно, может оказать значительное влияние на инновации. Служебные помещения, предназначенные для содействия межличностному взаимодействию могут обеспечить приток новых идей. Если разные сотрудники в организационных единицах фирмы, таких как отделы маркетинга, НИОКР и операций, находятся в одном и том же физическом пространстве, обедают в одном и том же месте, пользуются одними и теми же ванными комнатами и часто сталкиваются друг с другом, то они с большей долей вероятности будут обмениваться новыми идеями, чем если бы они находились в разных зданиях или регионах [3].

Сеть создания ценности

Фирма может заимствовать ресурсы других участников для включения в свои сети ценностей. Фирмы, встраиваются в систему взаимоотношений, образующих сеть взаимодействий, которая может выходить далеко за пределы тандема «потребитель и поставщик». Внутри сети фирмы могут работать вместе, сотрудничая с различными структурами, которые отражают созданные группы участников для мобилизации создания ценности. Помимо предоставления услуг продаж и доставки, они также могут предоставлять важную информацию о клиентах, сервисных операциях и рынке.

Механизм управления относится к способности управлять и трансформировать совокупность ценностей в сети, особенно внешние субъекты, которые играют центральную роль. Сам механизм включает в себя возможность превращать ресурсы в новые рынки, объединять дополнительные ресурсы и совместную специализацию, а также влиять на роли, ресурсы, траекторию управления в созданной сети [1].

Это тесно связано с понятием динамических возможностей. Концепция динамических возможностей (имеются ввиду процессы и процедуры для комбинирования, реконфигурации, перемещения, приобретения и избавления от прежних ресурсов. Определение из ресурсного подхода рассматривает устойчивое конкурентное преимущество в качестве способности создавать, расширять и изменять ценные ресурсы и возможности с течением времени а также

уделяет большое внимание трансформации и изменению существующего ресурса, основанного на использовании новых возможностей [2].

Однако, в то время, как динамические возможности теряют свое значение в регрессивном представлении фирмы, механизм управления относится к мобилизации создания стоимости посредством взаимодействия и интеграции ресурсов с другими фирмами в сети создания ценностей. Следовательно, мы утверждаем, что сеть стоимости фирм и их комплекс ценностей, в частности, должны быть признаны в качестве расширенной ресурсной базы.

Организационная культура

Фирмы, основанные на технических решениях, часто не желают отказываться от своих преобладающих сугубо ориентированных на продукт практик, норм и ценностей. Лидерство необходимо для привлечения и удержания ключевых сотрудников, работающих в компании. Успешные фирмы, возможно, не смогут изменить направление до тех пор, пока не окажутся «не у дел».

Корень причины такой организационной инерции кроется в блокировке имеющихся ресурсов, организационной негибкости и нежелании осуществлять существующие (товарные) предложения. Последнее особенно проблематично, если фирмы предлагают товары и услуги на основе доступности и производительности, где модель дохода связана с созданием ценности клиентов [4].

Такие предложения, как правило, создают сильные стимулы для сокращения количества продуктов, а также могут оказать разрушительное воздействие на традиционный бизнес. Также требуется стратегическое обновление, чтобы перенастроить ресурсную базу фирмы и приобрести источники и возможности инновационных товаров и услуг.

В то время как масштабные изменения в корпоративной культуре требуют времени, некоторые меры могут быть эффективными в краткосрочной перспективе. Фирмы могут организовать внутреннюю осведомленность о важности и возможностях добавления услуг. В таких фирмах, услуги часто появляются в качестве дополнений к основному предложению продукта или необходимых действий для будущих продаж продукта. Такие термины, как «aftermarket», «послепродажное обслуживание» и «маркетинг после покупки», усиливают представление о том, что услуги могут способствовать росту продаж продуктов. Замена их такими терминами, как «сервисные решения», сигнализирует о сдвиге в мышлении, что может быть усилено рыночными мерами, предпринятыми генеральным директором, где делается акцент на услуги и внутренние коммуникации, такие как корпоративные информационно-новостные рассылки.

Поскольку фирмы предлагают расширенные услуги, сочетая сам продукт с сервисом, который они находят необходимым, чтобы добавить системные характеристики и аспекты интеграции.

Персонал

Персонал – ядро любой бизнес-модели, которая состоит из него, им управляется и реализуется. То, насколько сотрудники фирмы смогут раскрыться в условиях действующей организационной структуры, как они мотивируются системами поощрения и контроля или насколько эффективно используют со-

зданные ею информационные системы, все это зависит от организационной культуры фирмы, ее возможностей и типа сотрудников.

Не каждый предназначен для любой работы, и не каждая система вознаграждения мотивирует любого сотрудника. Таким образом, при использовании бизнес-модели важно, чтобы правильные люди выполняли правильные задачи. В середине 2000-х годов рекламные объявления Google о новых вакансиях содержали акцент на найме в основном математически и интеллектуально одаренных людей. Однако, когда Southwest Airlines нанимали людей, то их больше интересовало отношение кандидатов к работе, а не навыки.

Вывод

Инновационная бизнес-модель предлагает новый подход трансформации устоявшихся предпринимательских практик и переходу компаний на высокотехнологичный уклад. Ее внедрение в практику работы фирмы способствует появлению новой комбинации продуктов, улучшению рыночной позиции организации, повышению инвестиционной привлекательности и сравнительной конкурентоспособности. К ключевым элементам данной модели относятся структура организации, организационная культура, персонал, процессы, которые в совокупности описывают механизм создания и удержания ценности.

Список литературы

1. *Кристенсен К., Рейнор М.* Решение проблемы инноваций в бизнесе: Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост. М.: Альпина Паблишер, 2014.
2. *Acedo, F.J., Barroso, C., & Galan, J.L.* The resource-based theory: Dissemination and main trends. *Strategic Management Journal*, 27: 621–636. Google Scholar, Crossref, 2006.
3. *Kindström, D., Kowalkowski, C. & Sandberg E.*, 2012/2013, Enabling Service. Innovation – A Dynamic Capabilities Approach, *Journal of Business Research*;
4. *Lieberman and Montgomery*, First-mover (dis)advantages: retrospective and link with the resource-based view, *Strategic Management Journal Strat. Mgmt. J.*, 19: 1111–1125 (1998).

УДК 658.8

Халиков Глеб Витальевич
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

МАРКЕТИНГОВЫЕ МОДЕЛИ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ

Аннотация. В статье предлагается исследовать маркетинговых модели в малом и среднем бизнесе путем объединения феноменов предпринимательской и маркетинговой ориентации (ориентации на покупателя или клиентоориентированности). Исследуя природу предпринимательской и клиентоориентированности, автор приходит к выводу об их совместимости в успешном построении малого бизнеса. Автор показывает, что успех малого и среднего бизнеса напрямую связан как с уровнем его клиентоориентированности, то есть умением устанавливать и развивать взаимоотношения с покупателями, так и с уровнем его предпринимательской ориентации, обеспечивающей инновационное проактивное развитие и

взятие рисков. Совмещение двух типов ориентации позволяет сформировать четыре типа маркетинговых моделей в МСБ: Модель проактивной рыночной ориентации, модель реактивной ориентации на покупателя, модель предпринимательского маркетинга взаимодействия и модель внутреннего автономного маркетинга.

Ключевые слова: предпринимательская ориентация, клиентоориентированность, маркетинговая ориентация, маркетинговые модели, малый и средний бизнес, предпринимательский маркетинг.

Khalikov Gleb, V.

Saint-Petersburg State University of Economics

MARKETING MODELS IN SMALL AND MIDDLE BUSINESS

Abstract. The article proposes to investigate marketing models in small and medium business by combining the phenomena of entrepreneurial and market orientation (customer orientation). Investigating the nature of entrepreneurial and customer-oriented, the author comes to the conclusion about their compatibility in the successful development of small businesses. The author shows that the success of small and medium-sized businesses is directly related both to the level of customer-orientedness, that is, the ability to establish and develop relationships with buyers, and with the level of its entrepreneurial orientation that provides innovative proactive development and risk taking. The combination of two types of orientation makes it possible to get four types of marketing models in SMEs: the Model of proactive market orientation, the model of reactive customer orientation, the model of entrepreneurial interaction marketing and the model of internal autonomous marketing.

Keywords: entrepreneurial orientation, customer orientation, marketing orientation, marketing models, small and medium business, entrepreneurial marketing.

Маркетинг и ориентация на клиента все чаще рассматриваются как ключевые драйверы развития бизнеса вне зависимости от размера и сферы. При этом маркетинговые модели в малом и среднем бизнесе (МСБ) имеют свою специфику, связанную как с меньшими размерами фирм, их ограниченным влиянием на рынок (незначительные рыночные доли), ограниченной ресурсной базой и часто отсутствием высоко компетентных специалистов.

В то же время, небольшие размеры часто являются преимуществом для компании, поскольку позволяют удерживать во внутренней среде неформальные механизмы взаимодействия, способствующие инновационному проактивному поведению, принятию рисков, более гибкой реакции на изменения, что позволяет в некоторых случаях быстрее реагировать на рыночные изменения, первым улавливать и реализовывать рыночные тренды, внедрять инновации. Другими словами, предпринимательская ориентация МСБ чаще выше, чем у крупного бизнеса, связанного формальными структурами, стратегиями, нормами и другими институтами, создающими силу инерции и не позволяющими быстро управлять изменениями.

В связи с этим, в качестве гипотезы исследования возникает идея объединения внутри компании (МСБ) двух типов ориентаций – ориентации на покупателя (СО – customer orientation) и предпринимательской ориентации (ЕО – entrepreneurial orientation) для обеспечения устойчивого развития малого бизнеса. Другими словами, предполагается, что успех малого и среднего бизнеса напрямую

связан как с уровнем его клиентоориентированности, то есть умением устанавливать и развивать взаимоотношения с покупателями, так и с уровнем его предпринимательской ориентации. Данная гипотеза будет развита в рамках данной статьи.

«Ориентация на покупателя» (МО – market or CO – customer orientation) и «предпринимательская ориентация» (ЕО – entrepreneurial orientation) – конструкты, которые в зарубежной литературе исследуются достаточно давно, а именно, начиная с 90-х годов прошлого века. При этом, длительное время они исследовались в разных научных направлениях. Так, предпринимательская ориентация являлась фокусом исследований в области предпринимательства, малого и среднего бизнеса [9; 14], а рыночная/маркетинговая ориентация (часто как синоним используют «ориентация на покупателя») – фокусом исследований в области маркетинга [1–5; 7; 8; 12]. Однако в новом тысячелетии эти конструкты все чаще исследуются вместе в рамках изучения вопросов влияния предпринимательской и рыночной ориентации бизнеса (как малого, так и крупного) на результативность инноваций и общую результативность компаний [5; 6; 10; 11; 13]. Связано это с тем фактом, что современный бизнес в качестве ключевых компетенций рассматривает способности к обеспечению клиентоориентированности и инновационной активности, которые обеспечивают конкурентные преимущества и стратегическую устойчивость.

Считается, что ЕО и МО являются внутренними способностями компаний, которые обеспечивают успех на турбулентных рынках, где сильная ориентация на потребителя способствует продвижению инноваций [13]. Хотя оба конструкта взаимосвязаны, все же они принципиально различаются, отражая разные стратегические ценности и ориентиры бизнеса. Так, традиционно предпринимательскую ориентацию связывают со склонностью компании изыскивать новые рыночные возможности [9; 10], что заставляет компанию быть инновационной, проактивной, конкурентно агрессивной, принимать риски и быть более автономной. В противовес этому, рыночная ориентация связана со способностями планирования рыночной деятельности, поскольку предполагает, что компания компетентно собирает, обрабатывает и распространяет во внутренней среде рыночную информацию и информацию о своих клиентах, обеспечивая как клиентоориентированную культуру, так и клиентоориентированную стратегию и тактику (маркетинг-микс) [12].

Очевидна тесная взаимосвязь между МО и ЕО, что заставляет многих ученых исследовать их совместное влияние на результативность бизнеса [5; 10].

История становления феномена ориентации на покупателя (customer orientation) указывает на его тесную взаимосвязь с рыночной ориентацией (market orientation). И хотя некоторые рассматривают их как синонимы, все же существуют значимые отличия в их конструктах. Концепцию ориентации на покупателя (клиентоориентированности) как элемент корпоративной культуры впервые сформулировали Deshpande and Webster (1989), определив ее как «набор убеждений, которые ставят интересы клиента превыше всего, для того, чтобы создать прибыльное предприятие в долгосрочной перспективе» [7]. Таким образом, был провозглашен клиентоориентированный в противовес конкурентному подход.

Несколько позже были опубликованы работы, представляющие концепцию рыночной ориентации (Narver and Slater (1990) и Kohli and Jaworsky (1990)), которые также рассматривали ее как культуру и поведенческие последствия, акцентируясь тем не менее не столько на покупателях, сколько на умении компании собирать, анализировать и распространять рыночную информацию во внутренней среде с целью ее использования в процессах планирования и принятия рыночных решений. Таким образом, в этом подходе реализован конкурентный принцип стратегического развития компании, что на данный момент является уже устаревшей концепцией.

Глубокое исследование феномена рыночной и клиентской ориентации позволило Юлдашевой и Ширшовой (2017) использовать в русском варианте понятие «маркетинговой ориентации», обеспечивающее объединяющее начало первым двум феноменам [3, с. 61].

Исследованию феномена рыночной (маркетинговой, клиентской) ориентации посвящено огромное количество как зарубежных, так и российских публикаций [1–4]. Поэтому можно утверждать, что на сегодняшний день существует достаточно большой объем знаний и эмпирических доказательств положительного влияния ориентации на клиента на успешность бизнеса и инноваций. При этом феномен рыночной ориентации развивается, превращаясь в ориентацию на клиента, что непосредственно связано с развитием техник клиентоориентированности, предполагающих не только регулярную обратную связь и оценку удовлетворенности потребителей, но и их интеграцию и непрерывное вовлечение в диалог с компанией, в процесс взаимодействия и сотворчества ценности. Поэтому исследования и подходы к измерению ориентации на покупателя должны развиваться и эволюционировать с учетом нового рыночного контекста.

Новый рыночный контекст показывает, что эффективная компания должна совмещать высокую ориентацию на клиента с высокой предпринимательской ориентацией, способствующей проактивному инновационному поведению компании. Впервые феномен ЕО был выявлен Miller and Friesen (1982) [12], которые обсуждали разницу между консервативной и предпринимательской моделями инноваций. Этот феномен быстро стал популярным и был включен во множество исследований, связанных с влиянием предпринимательской ориентации на результативность бизнеса. Наиболее полно ЕО раскрыта Lumpkin and Dess (1996) как «процессы, практики и деятельность по принятию решений, которая ведет к выходу на новые рынки» [10, с. 136]. ЕО означает постоянный поиск потенциальных возможностей на новых рынках, что может способствовать формированию конкурентных преимуществ компании [15]. Таким образом, подчеркивается разведывательная или исследовательская природа ЕО, заставляющая компанию постоянно искать новые рыночные возможности и внедрять инновации.

Таким образом, поисковая или разведывательная природа ЕО обеспечивает ее тесную взаимосвязь с маркетингом и МО (СО), что позволяет предположить успешность маркетинговых моделей компаний одновременно ориентированных как на предпринимательство, так и на покупателя (маркетинг) (рис.1).

Предпринимательская ориентация	Высокая	Модель проактивной рыночной ориентации	Модель предпринимательского маркетинга взаимодействия
	Низкая	Модель автономного внутреннего маркетинга	Модель реактивной ориентации на покупателя
	Низкая		Высокая

Ориентация на покупателя СО

Рис. 1. Маркетинговые модели МСБ

На рис. 1 представлено четыре подхода к функционированию компаний (МСБ), определяющих типы их маркетинговых моделей. Первый подход – маркетинговая модель проактивной рыночной ориентации – означает, что компания (предприниматель) реализует свои идеи (инновации) фактически в отрыве от клиента, без изучения его спроса и предпочтений, то есть на свой страх и риск. Такое поведение отражает истинного предпринимателя, однако является причиной многих разорений в связи с отторжением рынком таких инноваций. В то же время, если инновация приживается, то предприниматель может открыть принципиально новый рынок и первым снять сливки, обогнав всех конкурентов.

В противовес этому, низкая предпринимательская ориентация и высокая ориентация на клиента, соответствующие маркетинговой модели реактивной ориентации на покупателя, отражают осторожную маркетинговую стратегию предпринимателя, который выявляет и внедряет новшества благодаря тесному взаимодействию с потребителем, который непосредственно участвует в инновационном процессе, вовлечен в него, сам может являться инициатором новых идей. Преимуществом стратегии является ее низкий инновационный и коммерческий риск, однако недостаток в отсутствии проактивности. Тем более, далеко не всегда клиенты могут обеспечить информацию о своих насущных и перспективных потребностях.

Самой продвинутой и развитой маркетинговой моделью является модель предпринимательского маркетинга взаимодействия, сочетающая черты как развитой предпринимательской ориентации, так и высокой ориентации на клиентов. Наименее успешной, убивающей бизнес моделью является модель автономного внутреннего маркетинга, когда предприниматель либо не развивает бизнес вовсе, либо все изменения возникают на основе идей, сгенерированных внутри компании без связи с рынком и потребителями. Очевидно, что такая модель рано или поздно приведет к потере бизнеса.

В работе Berthon, Hulbert, Pitt (1999) уже была представлена аналогичная идея объединения ориентации компании на клиентов с ориентацией на иннова-

ции [7]. Однако данная работа была ориентирована на исследование взаимосвязи между маркетинговой и инновационной деятельностью компаний, реализующих системный (регулярный) маркетинг. На наш взгляд, изменение ориентации на инновации на предпринимательскую ориентацию позволяет предложить специфический подход к исследованию именно МСБ, где маркетинговая деятельность часто не носит системный административный характер и является по сути предпринимательской.

Список литературы

1. Гулакова О.В., Ребязина В.А., Смирнова М.М. Специфика клиентоориентированности компаний на российском рынке: результаты эмпирического исследования // Вестник СПб. ун-та. Сер. Менеджмент. 2015. Вып. 4, С. 39–73.
2. Третьяк О.А., Рожков А.Г. Ориентация на клиента: моделирование и диагностика // Вестник Российского экон. ун-та им. Г.В. Плеханова. 2012. №4(46). С. 76–84.
3. Шишова О.И., Юлдашева О.У. Маркетинговая ориентация компании: развитие теории и практики. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016.
4. Юлдашева О.У., Шишова О.И. Маркетинговая ориентация компаний: методология исследования и измерения. Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера // Вестник НИЦ корпоративного права, управления и венчурного инвестирования СыктГУ. 2013. №3. С. 96–112.
5. Atuahene-Gima, K., & Ko, A. (2001). An empirical investigation of the effect of market orientation and entrepreneurship orientation alignment on product innovation. *Organization Science*, 12(1), pp.54–74.
6. Berthon, P., Hulbert J.M., Pitt L. 1999. To serve or create? Strategic orientations toward customers and innovation. *California Management Review*, 42(1), pp. 37–58.
7. Deshpande, R., Webster, F.E. Jr. (1989), Organizational culture and marketing: defining the research agenda, *Journal of Marketing*, Vol. 53, January, pp. 3–15.
8. Farley J.U., Deshpande R. Charting the Evolution of Russian Firms from Soviet “Producer Orientation” to Contemporary “Market Orientation”. *Journal of Global Marketing*. 2005. Vol. 19. N 2. P. 7–26.
9. Lumpkin, G.T., Dess, G.G., 1996. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review* 21 (1), pp.135–172.
10. Matsuno, K., Mentzer, J.T., Ozsomer, A., 2002. The effects of entrepreneurial proclivity and market orientation on business performance. *Journal of Marketing*. 66(3), pp.18–32.
11. Miller, D. and P. H. Friesen (1982). Innovation in conservative and entrepreneurial firms: Two models of strategic momentum, *Strategic Management Journal*, 3, pp. 1–25.
12. Narver, J.D. and Slater, S.F. (1990), The effect of a market orientation on business profitability, *Journal of Marketing*, Vol. 5, October, pp. 20–35.
13. Webb, J.W., Ireland, R.D., Hitt, M.A., Kistruck, G.M., Tihanyi, L., 2011. Where is the opportunity without the customer? An integration of Marketing activities, the entrepreneurship process? And institutional theory. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39 (4), pp.537–554.
14. Wiklund, J. and Shepherd, D.A. 2011, Where to from here? EO-as-experimentation, failure, and distribution of outcomes. *Entrepreneurial Theory and Practice*, 35 (5), pp. 925–946.

УДК 658.8

Шубаева Вероника Георгиевна
Юлдашева Оксана Урняковна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

БУДУЩЕЕ МАРКЕТИНГА В ЭКОНОМИКЕ 4.0

Аннотация. В рамках статьи предлагается взгляд на эволюцию теории маркетинга через призму смены технологических циклов, что позволяет объяснить трансформацию ценности, поведения потребителей, появление новых маркетинговых концепций во взаимосвязи с необходимостью формирования новых маркетинговых компетенций фирм и персонала. Авторы выделяют три технологических цикла как основу трех этапов эволюции маркетинга и объясняют смену природы потребительской ценности, моделей поведения покупателей и маркетинговых концепций. Авторы рассматривают три эволюционных этапа теории маркетинга: традиционный (транзакционный) маркетинг, маркетинг отношений (включая маркетинг вовлечения и сотворчества) и устойчивый маркетинг в совокупности и маркетингом покупательского опыта. В завершении авторы формулируют перечень маркетинговых компетенций, который будет востребован в экономике опыта и сотрудничества.

Ключевые слова: эволюция теории маркетинга, экономика опыта, экономика сотрудничества, маркетинг покупательского опыта, маркетинг вовлечения, маркетинговые компетенции.

**Shubaeva Veronika, G.
Yuldasheva Oksana, U.**
Saint-Petersburg State University of Economics

THE FUTURE OF MARKETING IN 4.0 ECONOMY

Abstract. Within the framework of the article, a view on the evolution of the Marketing theory through the prism of changing technological cycles is offered, which allows explaining the transformation of consumer value, consumer behavior, the emergence of new marketing concepts in conjunction with the need to develop new marketing competencies of firms and personnel. The authors distinguish three technological cycles as the basis for the three stages of Marketing's evolution and explain the change in the nature of consumer value, consumer behavior patterns and marketing concepts. The authors consider three evolutionary stage of marketing theory: Traditional (transactional) Marketing, Relationship Marketing (included Engagement Marketing and Co-creation Marketing), Sustainable Marketing and Marketing of Customer experience. In conclusion, the authors formulate a list of marketing competencies that will be in demand in the experience and sharing economy.

Keywords: marketing theory evolution, experience economy, collaboration economy, customer experience marketing, engagement marketing, marketing competencies.

Вслед за Торстеном Вебленом и многими другими учеными (социологами, экономистами и проч.) следует признать нашу цивилизацию технократической, что заставляет более пристально изучать взаимосвязь между эволюцией технологий и развитием всех других социальных и экономических явлений, в том числе теории и практики менеджмента и маркетинга.

Экономику 4.0 связывают с четвертой промышленной революцией – индустрия 4.0, которая характеризуется полной автоматизацией как производства,

так и систем обслуживания человека, а также повсеместным внедрением киберфизических систем. Экономика 4.0 строится на таких технологиях как big data, интернет вещей, виртуальная и дополненная реальности, 3D печать и т.п. Экономика 4.0 полностью меняет экосистему потребителя, технологии и культуру потребления, а значит и модели поведения и потребления.

В связи с этим мы связали эволюцию теории маркетинга с эволюцией технологий, потребительской ценности и самого покупателя (табл. 1).

Таблица 1

Эволюция маркетинга во взаимосвязи с эволюцией технологий

Время	1930–1970-е гг.	1970–2010-е гг.	2010–2060-е гг.
Эволюция технологий			
Стадия технолог. уклада	Четвертый технологический уклад (к концу периода стадия роста)	Пятый технологический уклад (к концу периода стадия роста)	Шестой технологический уклад (к концу периода стадия роста)
Основной ресурс	Энергия углеводов	Атомная энергетика	Газ и возобновляемые источники энергии
Основные отрасли	Автомобилестроение, цветная металлургия, нефтепереработка, синтетические полимерные материалы	Электроника и микроэлектроника, ИТ, генная инженерия, ПО, телекоммуникации, освоение космоса	Нано- и биотехнологии, молекулярная, клеточная и ядерная технологии; новые медицина, быт. техника, транспорт и коммуникации
Достижения уклада	Массовое и серийное производство	Индивидуализация производства и потребления	Индивидуализация производства и потребления, снижение энерго- и материалоёмкости производства, конструирование материалов с заданными свойствами
Эволюция потребительской ценности			
Ценность	Товар	Услуга	Покупательский опыт
Эволюция покупателя			
Вид покупателя	Пассивный покупатель	Активный сотворец ценности	Просьюмер
Эволюция менеджмента и маркетинга			
Ориентация корпоративного менеджмента	Стратегическая продуктовая ориентация к концу периода (портфельный анализ)	Стратегическая рыночная (конкурентная) ориентация Сетевая ориентация (цепочки и сети ценности)	Ориентация на устойчивое развитие (деловая экосистема) Клиентоцентричность
Концепции маркетинга	Традиционный (транзакционный) маркетинг (концепция 4Р)	Маркетинг отношений Маркетинг вовлечения Маркетинг сотворчества ценности	Устойчивый маркетинг (ответственное и устойчивое потребление) Маркетинг покупательского опыта
Тип экономики	Индустриальная	Сервисная и постиндустриальная	Экономика сотрудничества и опыта

Зарождение шестого технологического уклада в развитых странах связывается с переходом к возобновляемым источникам энергии как основному ресурсу, расцветом нано- и биотехнологий, молекулярных, клеточных и ядерных технологий, что способствует дальнейшей индивидуализации производства и потребления, ресурсосбережению, а также использованию возможностей конструирования материалов и организмов с заранее заданными свойствами. Эти технологии обеспечивают устойчивое развитие (менее ресурсоемкое, более экологичное и безопасное), что обуславливает становление устойчивого (экологического, зеленого) маркетинга.

Современный потребитель все больше приобретает опыт и впечатления совместно с получением товаров и услуг, поскольку плотно вписан в контекст создания и производства ценностей, активно участвует в этом процессе, определяя характеристики ценности. Все чаще потребитель выступает в виде просьюмера – производителя и потребителя в одном лице.

Современный просьюмер разделяет свои навыки, умения и ресурсы с другими людьми, самостоятельно создавая и предоставляя другим производимые им ценности. Такой просьюмер живет в экономике сотрудничества и совместного потребления (*collaboration economy or sharing economy*).

В экономике сотрудничества люди сами создают ценности, используя новые технологии. Задача производителей – предоставить эти технологии и научить потребителя ими пользоваться, чтобы производить кастомизированные товары и услуги. Ценностью в такой экономике является опыт сотворчества, который возникает в каждой точке контакта с персоналом, брендом, технологией производителя до, во время и после получения услуги. Основной задачей маркетинга потребительского опыта является конструирование среды формирования потребительского опыта (реальной и виртуальной/диджитал).

Маркетинг покупательского опыта сегодня считается наиболее перспективной концепцией, обеспечивающей управление лояльностью потребителей (*Schmitt, 2003; Lemon & Verhoef (2016)*) [5; 3].

Маркетинг покупательского опыта вполне вписывается в концепцию устойчивого маркетинга, который является следствием перехода корпоративного менеджмента на устойчивое развитие. Устойчивость в долгосрочной перспективе достигается за счет баланса экономической, социальной и экологической ответственности бизнеса перед обществом. Отсюда устойчивый маркетинг решает задачи формирования и популяризации устойчивого потребления – потребления, нацеленного на рациональное удовлетворение индивидуальных потребностей с учетом потребностей будущих поколений и сохранением экологического баланса.

В связи с этим менеджмент и маркетинг расширяют свои границы и контекст исследования фирмы и покупательского поведения. С позиций компаний, расширение границ бизнеса потребовало выйти не только за границы фирмы, но и сети ценности, мысля в контексте деловой экосистемы (*Moor, 1993*) [4]. С позиции потребительского поведения, все более популярной является теория потребительской культуры (*consumer culture theory (CCT)*), которая расширяет контекст исследования потребительского опыта за счет включения в рассмотрение социально-культурного аспекта среды [1]. Это приводит к необходимо-

сти развития клиенто-доминирующей логики маркетинга и исследования феномена «экосистемы покупателя» (*Heinonen & Strandvik, 2015*) [2].

Следуя логике развития технологий, можно предположить, что продолжится тренд на устойчивое развитие, стимулирующий появление ресурсосберегающих, безопасных и более экологичных товаров и технологий потребления. Продвижение устойчивых моделей потребления основывается не только на их популяризации, но и на обучении потребителей, то есть использовании инструментов когнитивного маркетинга. Таким образом, когнитивный маркетинг получит новый виток развития. Одной из исследовательских задач в сфере маркетинга может стать задача исследования когнитивной карты потребителя для выявления особенностей формирования его экосистемы. Экосистема потребителя будет включать как технологии и модели устойчивого потребления, так и субъектов, помогающих их реализовывать (обучающие и сервисные центры, провайдеры других поддерживающих потребление услуг, а также информационно-коммуникационная инфраструктура, обеспечивающая непрерывный информационный обмен и поддержку устойчивого процесса потребления).

Популяризация устойчивого потребления будет способствовать росту просьюмеров, самостоятельно обеспечивающих свои потребности производством товаров. Производители вынуждены будут создавать технологии (в виде компактного оборудования, которое можно установить в доме, супермаркете, вестибюлях метро и т.п.), применение которых позволит людям быстро получать персонализированные товары и услуги.

Персонализированные продукты потребуют персонализированных коммуникаций вплоть до необходимости обеспечения каждому клиенту персонализированного менеджера-консультанта, способного управлять успехом покупателя в решение его проблем. Очевидно, что доминирующая роль в маркетинговой коммуникативной поддержке покупателя будет принадлежать цифровым технологиям, прежде всего, смартфонам и другим персональным дивайсам.

Большая часть продуктов будет снабжена специальными программами с возможностью индивидуализации потребления и сбора данных о фактическом потреблении (интернет вещей). Эти big data будут использоваться покупателями для оптимизации процесса потребления, а производители будут использовать их для создания новых моделей потребления и управления покупательским спросом.

Фактически все, о чем мы упомянули, уже существует в том или ином виде и не нуждается в доказательстве. Маркетинг становится персонализированным, таргетированным на каждого отдельного покупателя. Покупатель в свою очередь будет создавать индивидуализированную уникальную программу и модель потребления, формируя свою уникальную экосистему потребления, включающую определенные бренды и производителей. Клиентоцентричность станет минимально необходимым условием выживания на рынке для любого производителя.

Таким образом, маркетинг как философия бизнеса будет только усиливать свое влияние на менеджмент. Однако как отдельная функция он может сильно трансформироваться. На наш взгляд, усилится значение менеджеров, работающих непосредственно с клиентами (сервисные менеджеры, консультанты, менеджеры отношений, персональные менеджеры, менеджеры, управляю-

шие успехом покупателя и т.п.). Эти менеджеры должны обладать целым рядом маркетинговых компетенций:

- развитые навыки маркетинг-аналитики для определения индивидуальной программы и модели потребления для каждого клиента (работа с клиентской БД, моделирование спроса);
- развитые навыки персонализированных коммуникаций (как личных, так и диджитал);
- развитые навыки диджитал маркетинга, позволяющие работать с сетями и сообществами потребителей, осуществлять таргетинг потенциальных клиентов, заниматься продвижением собственных ценностных предложений в интернет-среде;
- способности управлять покупательским опытом на всех стадиях покупки (до, в процессе и после), используя весь спектр маркетинговых он- и оффлайн инструментов.

На уровне компании (БЕ) маркетинговая деятельность потребует все большего использования процессов анализа данных (big data) для принятия решений, развития инноваций, создания и поддержания интернет-сообществ вовлеченных в бренд субъектов, способных генерировать идеи технологических инноваций.

На корпоративном уровне маркетинговая деятельность так и будет связана с популяризацией корпоративного бренда, наращиванием его долгосрочной ценности на рынке, поскольку именно ценность бренда может обеспечить устойчивые доходы в долгосрочной перспективе.

Таким образом, развитие технологий формирует новый маркетинговый ландшафт, в котором формируются новые маркетинговые компетенции, связанные, прежде всего, с маркетинг-аналитикой, цифровыми персонализированными маркетинговыми коммуникациями, управлением покупательским опытом. Развитие этих компетенций связано с глубоким знанием методов теории вероятности и математической статистики, интернет-технологий, психологии поведения потребителей, теории коммуникаций. Маркетинговые компетенции в области управления различными инструментами маркетинга, включая общее планирование маркетинговой деятельности, также останутся востребованными навыками маркетолога будущего.

Список литературы

1. *Arnould, E.J. and Thompson C.J.* (2005), “Consumer culture theory (CCT): twenty years of research”, *Journal of Consumer Research*, Bingley, Vol. 31 No. 3, pp. 868–883.
2. *Heinonen K. and Strandvik T.* Customer-dominant logic: foundations and implications. *Journal of Services Marketing*, 29/6/7 (2015). P. 472–48.
3. *Lemon K.N. & Verhoef P.C.* Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing: AMA/MSI Special Issue*. Vol. 80 (November 2016), p. 69–96.
4. *Moore, James F.* Predators and prey: a new ecology of competition, *Harvard Business Review*, May-June 1993.
5. *Schmitt, Bernd.* Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting With Your Customers. New York: Wiley, 2003.

Раздел X **Инклюзивное обучение** **в профессиональном образовании**

УДК: 376.3; 378

Антропов Александр Петрович
Кантор Виталий Зорахович
Российский государственный педагогический
университет им. А.И. Герцена, Санкт-Петербург

РЕГИОНАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ **ИНКЛЮЗИВНОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ:** **РЕСУРСНЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЦЕНТР** **КАК ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ**

Аннотация. В статье в контексте идеи преемственности довузовского, вузовского и послевузовского этапов профессионально-образовательной карьеры лиц с инвалидностью характеризуется такой формат институционального обеспечения становления и функционирования региональных систем инклюзивного высшего образования, как ресурсный учебно-методический центр по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, создаваемый в регионе на базе вуза, обладающего передовым опытом и высоким научно-методическим, педагогическим и технологическим потенциалом в области образования лиц с проблемами в развитии.

С учетом данных проведенных мониторингов представляются и осмысливаются результаты деятельности такого центра, созданного в РГПУ им. А.И. Герцена, по профориентации школьников с инвалидностью, по комплексной поддержке вузов Санкт-Петербурга и Ленинградской области, ведущих инклюзивное обучение студентов-инвалидов, а также по координации взаимодействия вузов с работодателями и службами занятости населения в части трудоустройства выпускников-инвалидов.

Ключевые слова: инклюзивное высшее образование, лица с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья, ресурсный учебно-методический центр, профориентация, трудоустройство выпускников.

Antropov Alexander, P.
Herzen State Pedagogical University of Russia,
Saint-Petersburg
Kantor Vitaliy, Z.
Saint-Petersburg State University of Economics

REGIONAL SYSTEMS OF INCLUSIVE HIGHER EDUCATION: **RESOURCE TRAINING AND METHODOLOGICAL CENTER** **AS INSTITUTIONAL SOLUTION**

Abstract. The article, in the context of the idea of continuity of the pre-university, university and postgraduate stages of the vocational and educational career of persons with disabilities,

characterizes such a format of institutional support for the establishment and functioning of regional systems of inclusive higher education, as a resource training and methodological center for training persons with disabilities. These centers are created in the regions on the basis of the universities, which has advanced experience and high scientific-methodological, pedagogical and technological capacity in education of people with developmental problems.

The results of the activity of such a center, created in the Herzen University, are represented and comprehended taking into account the data of the conducted monitoring. Data on vocational guidance for schoolchildren with disabilities, comprehensive support of universities in St. Petersburg and the Leningrad Region, inclusive education for students with disabilities, as well as coordination of interaction with employers and the employment service with regard to the employment of graduates with disabilities are analyzed.

Keywords: inclusive higher education, persons with disabilities, resource training and methodological center, career guidance, employment of graduates.

Современные установки политики в области высшего образования инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) связаны с обеспечением – в инклюзивном контексте – преемственности довузовского, собственно вузовского и послевузовского этапов их профессионально-образовательной карьеры. В управленческом плане это необходимо предполагает выстраивание организационно-педагогической вертикали: школа и профориентационная работа в ней – успешное обучение в вузе общего назначения – выход на открытый рынок труда через сопровождение трудоустройства – постдипломная поддержка инвалида на месте работы.

Именно такая логика и должна определять формирование и функционирование региональных систем инклюзивного высшего образования.

В этой связи отчетливо обнаруживается потребность в реализации соответствующих институциональных решений, способных обеспечить учет не только особенностей вузовской сети на той или иной территории – ее разветвленности, профилизации и т.п., но и специфики местной структуры и инфраструктуры школьного образования детей с инвалидностью и ОВЗ, с одной стороны, и своеобразия регионального рынка труда – с другой.

Одним из таких решений и явилось создание на базе ведущих вузов страны, отобранных на конкурсной основе и распределенных по географическому принципу, ресурсных учебно-методических центров по обучению инвалидов и лиц с ОВЗ (РУМЦ): приказ Министерства образования и науки РФ от 20 октября 2017 г. №1021 санкционировал становление институциональной системы, объединяющей 16 РУМЦ, каждый из которых призван стать на закрепленной за ним территории и субъектом методической, ресурсно-технологической, консультационной и т.д. поддержки деятельности вузов в области инклюзивного обучения, и координатором (оператором) их взаимодействия как с учреждениями общего и среднего профессионального образования лиц с инвалидностью и ОВЗ, так и – в части трудоустройства выпускников-инвалидов – с работодателями и службами занятости населения.

Перспективность данного институционального подхода убедительно подтверждается и первыми результатами работы РУМЦ, созданного на базе РГПУ им. А.И. Герцена, ибо они свидетельствуют о значительном потенциале подоб-

ных центров в плане устранения разрывов между школьной, вузовской и после-вузовской подсистемами, обеспечивающими профессионально-образовательную и социально-трудовую интеграцию лиц с инвалидностью и ОВЗ.

Эти разрывы, однако, в настоящее время весьма ощутимы даже в таких регионах с развитой инфраструктурой образования и трудоустройства лиц с инвалидностью и ОВЗ, как Санкт-Петербург и Ленинградская область, которые и были определены в качестве «зон ответственности» РУМЦ РГПУ им. А.И. Герцена.

Что касается довузовского звена, то материалы мониторингового обследования, проведенного по линии РУМЦ на базе школ Санкт-Петербурга и Ленинградской области и охватившего 90 учащихся 10–12 классов с глубокими нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата, свидетельствуют о необходимости существенного повышения эффективности работы с абитуриентами из числа лиц с инвалидностью и ОВЗ в регионе.

Речь идет о крайней нечеткости представлений старшеклассников с инвалидностью и ОВЗ о своем дальнейшем профессионально-образовательном маршруте, что они в рамках мониторинга продемонстрировали, в частности, при определении вуза, где они намерены продолжать обучение по окончании школы: только 17,8% опрошенных в данном контексте были названы те или иные вузы, причем в общей сложности упомянутыми оказались всего 7 вузов.

В подобной ситуации перед РУМЦ РГПУ им. А.И. Герцена со всей очевидностью встала задача установления взаимодействия между школами и вузами Санкт-Петербурга и Ленинградской области в сфере профориентации и сопровождения профессионального выбора учащихся.

При ее реализации установка состояла в том, чтобы внедрить ту форму искомого взаимодействия, которая бы комплексно удовлетворяла таким основным требованиям, как:

- универсальность и применимость по отношению к различным категориям школьников с инвалидностью и ОВЗ;
- интерактивность и диалогический характер коммуникации между школьниками с инвалидностью и ОВЗ и представителями вузов;
- информационная насыщенность и возможность привлечения разных субъектов информации;
- удобство локализации и территориальная доступность для школьников с инвалидностью и ОВЗ.

С учетом данных требований был избран путь, связанный с проведением «Университетских дней» в школах-интернатах Санкт-Петербурга и Ленинградской области для детей с нарушениями в развитии как профориентационных мероприятий, направленных на содействие осмысленному выбору выпускниками этих школ профессионально-образовательного маршрута.

«Университетский день» подразумевает выезд группы представителей вузов непосредственно в школы для участия во встречах со старшеклассниками и в качестве своих основных структурно-содержательных компонентов предполагает:

- информирование старшеклассников о правилах и порядке поступления в вузы и обучения в них лиц с инвалидностью и ОВЗ;

- презентацию образовательных программ, реализуемых в вузах, в аспекте доступности их освоения различными категориями лиц с инвалидностью и ОВЗ;
- групповые и индивидуальные беседы и консультации старшеклассников с представителями вузов, ответы на вопросы.

В русле этой логики были проведены два мероприятия: в Санкт-Петербурге, в школе «Динамика» для детей с нарушением опорно-двигательного аппарата, куда были также приглашены старше школьники с нарушением опорно-двигательного аппарата из школы «Озерки», и в Ленинградской области, на базе Юкковской школы-интерната для детей с нарушением слуха – с привлечением глухих и слабослышащих старшеклассников, обучающихся в Сясьстройской школе-интернате.

В результате свыше 100 учащихся с инвалидностью и ОВЗ в непосредственном контакте с представителями вузов получили актуальную для них информацию, важную для выбора оптимального профессионально-образовательного маршрута.

Между тем адекватный профессиональный выбор по окончании школы знаменует собой реализацию хотя и принципиально важного, но лишь исходного условия получения лицами с инвалидностью и ОВЗ высшего образования в инклюзивном формате, ибо этот выбор со всей очевидностью опосредуется уровнем готовности конкретного вуза к удовлетворению специфических социально-образовательных потребностей студентов с инвалидизирующими нарушениями сенсорной или двигательной сферы.

Значимость этого аспекта дополнительно подтверждается результатами мониторинга состояния высшего инклюзивного образования, проведенного по линии РУМЦ РГПУ им. А.И. Герцена на базе 12 разнопрофильных государственных и негосударственных вузов Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Данный мониторинг зафиксировал неравномерность в темпах развития инклюзивных процессов в вузах, когда достигнутый в них уровень обеспечения доступности ресурсов для лиц с инвалидностью и ОВЗ далеко не одинаков. При этом качество работы в соответствующем направлении ощутимо зависит от качества администрирования инклюзивных проектов в конкретном вузе, однако отнюдь не во всех вузах функционируют специальные подразделения, ответственные за работу со студентами-инвалидами и лицами с ОВЗ.

Тем важнее для развития региональной системы инклюзивного высшего образования, – и соответствующую функцию на закрепленной за ним территории призван реализовывать РУМЦ, – становится в такой ситуации совершенствование кадрового, методического и ресурсно-технологического обеспечения обучения лиц с инвалидностью и ОВЗ в вузах общего назначения.

Что касается РУМЦ РГПУ им. А.И. Герцена, то свою деятельность в этом плане он осуществлял в нескольких форматах.

Во-первых, на базе созданного в его структуре call-центра велся консалтинг вузов по различным вопросам инклюзивного высшего образования.

Во-вторых, методическая работа РУМЦ РГПУ им. А.И. Герцена с вузами Санкт-Петербурга и Ленинградской области реализовывалась и в формате, связанном с проведением вебинаров.

Общий замысел здесь состоял в том, чтобы содержанием этих вебинаров охватить основные сектора проблемного поля инклюзивной вузовской практики, адресуясь при этом к различным субъектам профессионально-образовательного процесса и его сопровождения с целью распространения среди них соответствующего передового опыта.

Такая логика и определила проведение цикла из трех вебинаров с опорой на опыт РГПУ им. А.И. Герцена: «Волонтерские проекты в системе поддержки инклюзивного вузовского образования», «Инклюзивное высшее образование: технические средства и человеческий фактор» и «Незрячие работники интеллектуального труда как ресурс развития инклюзивного образования».

В свою очередь, еще одним форматом работы РУМЦ РГПУ им. А.И. Герцена по повышению готовности вузов Санкт-Петербурга и Ленинградской области к инклюзивному обучению лиц с инвалидностью и ОВЗ, а именно – кадровой готовности, явилась реализация курсов повышения квалификации для различных категорий их сотрудников: по спроектированной в РУМЦ программе повышения квалификации «Психолого-педагогическое обеспечение инклюзивного высшего образования» прошли обучение свыше 240 представителей административно-управленческого, профессорско-преподавательского и иного персонала 8 вузов города и области.

Наконец, в аспекте совершенствования ресурсно-технологической базы инклюзивного высшего образования в Санкт-Петербурге и Ленинградской области значительным потенциалом характеризуется такой формат деятельности РУМЦ РГПУ им. А.И. Герцена на закрепленной за ним территории, как предоставление студентам-инвалидам услуг созданного в его структуре центра коллективного пользования специальными техническими средствами обучения, где оборудованы специальные рабочие места для студентов-инвалидов по зрению и студентов с инвалидизирующими нарушениями опорно-двигательного аппарата.

Следовательно, РУМЦ РГПУ им. А.И. Герцена выступил в регионе в качестве институционального субъекта комплексной поддержки вузов в их деятельности по инклюзивному обучению лиц с инвалидностью и ОВЗ.

Вместе с тем благоприятные кадровые, методические, ресурсно-технологические условия такого обучения, созданные в вузе, являясь фактором успешной профессионально-образовательной деятельности студентов с инвалидностью и ОВЗ, отнюдь не обеспечивают их эффективное трудоустройство по окончании вуза.

Напротив, как показали проведенные по линии РУМЦ мониторинг трудоустройства выпускников вузов из числа инвалидов и лиц с ОВЗ и мониторинг рынка труда в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, здесь обнаруживается ощутимый разрыв.

Полученные материалы свидетельствуют о том, что трудоустройству препятствуют не только ограничения, прямо или косвенно связанные с фактором инвалидности, будь то состояние здоровья, особенности семейного статуса

или уровень мобильности, но и неблагоприятная для выпускников-инвалидов ситуация на рынке труда, что выражается в отсутствии вакансий или их заведомой непривлекательности в профессионально-квалификационном и финансовом отношении, а также в неоснащенности потенциальных рабочих мест специальным оборудованием, необходимым для инвалидов, и др.

Все это указывает на необходимость осуществления системной деятельности как в направлении комплексной, в том числе социально-реабилитационной, поддержки самих выпускников с инвалидностью, так и в направлении, связанном с мотивированием работодателей к трудоустройству инвалидов с высшим образованием, а также с повышением уровня компетентности работодателей и сотрудников служб занятости населения в вопросах делового взаимодействия с инвалидами.

В данном контексте РУМЦ РГПУ им. А.И. Герцена спроектировал и провел два интерактивных мероприятия регионального уровня.

Целевыми группами первого мероприятия – интерактивной площадки «Профессионально-трудова́я реабилитация и интеграция инвалидов» – выступили представители работодателей и служб Санкт-Петербурга и Ленинградской области, связанных с решением задач трудоустройства инвалидов из числа выпускников вузов. Это мероприятие имело прежде всего информационно-просветительскую направленность, предполагая формирование у сотрудников государственных органов, специалистов в области трудоустройства, работников реабилитационных учреждений, а также социальных предпринимателей и др. базовых знаний об особенностях и условиях развития и реализации профессионально-трудова́го потенциала выпускников вузов с инвалидизирующими нарушениями здоровья.

Второе мероприятие – вечер вопросов и ответов «Карьера без барьеров» – имело практико-коммуникативную направленность, и его целевыми группами явились студенты-инвалиды, сотрудники вузов, в которых они обучаются, и представители служб занятости и организаций-работодателей Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Содержательно-тематическим ядром мероприятия был опыт реализации специальных проектов и программ по комплексному сопровождению выпускников вузов из числа инвалидов различных категорий на этапах поиска и подбора места работы, а также содействия их адаптации в трудовом коллективе.

Тем самым проведение этих мероприятий позволило на региональном уровне интегрировать в едином информационном пространстве и пространстве партнерского взаимодействия:

- студентов-инвалидов как потенциальных соискателей рабочих мест;
- вузы как социальные институты, отвечающие за качественную профессиональную подготовку специалистов из числа лиц с инвалидностью и их постдипломное сопровождение;
- потенциальных работодателей как субъектов обеспечения трудовой занятости инвалидов с высшим образованием;
- службы, организации и т.п., функционирующие в сфере содействия занятости инвалидов, как структуры, выступающие в качестве посредников в трудоустройстве выпускников вузов из числа инвалидов.

Таким образом, создание на базе вузов, которые обладают высоким педагогическим, методическим и технологическим потенциалом, ресурсных учебно-методических центров по обучению инвалидов и лиц с ОВЗ, выступает как эффективное институциональное решение в сфере развития региональных систем инклюзивного высшего образования.

УДК 616-036.86+342.72/73

Владими́рова Оксана Николаевна
Ломоносова Оксана Владимировна
Федеральный научный центр
реабилитации инвалидов
им. Г.А. Альбрехта»,
Санкт-Петербург

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ИНВАЛИДОВ. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Аннотация. Приведены данные исследования нормативно-правового регулирования разработки и реализации мероприятий по профессиональной реабилитации инвалидов, включая мероприятия по профессиональному образованию, актуальные вопросы межведомственного взаимодействия между учреждением медико-социальной экспертизы и органами исполнительной власти в сфере образования и занятости населения Санкт-Петербурга, предусмотренного вступившими с 01.01.2016 г. в силу изменениями в законодательстве, действующем в области социальной защиты инвалидов в Российской Федерации, в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов.

Представлены сведения о нуждаемости инвалидов Санкт-Петербурга в мероприятиях по профессиональной реабилитации, а также дана оценка выполнения и эффективности данных реабилитационных мероприятий согласно индивидуальной программе реабилитации и абилитации инвалида (ИПРА).

Проанализированы организационно-правовые проблемы межведомственного взаимодействия учреждений и организаций, занятых в системе профессиональной реабилитации инвалидов на современном этапе.

Ключевые слова: инвалиды, реабилитация, индивидуальная программа реабилитации и абилитации, ограничения жизнедеятельности, закон.

Vladimirova Oksana, N.
Lomonosova Oksana, V.
Federal scientific center of rehabilitation disabled
named G.A. Albrecht, Saint-Petersburg

SOME OF THE ISSUES OF PROFESSIONAL EDUCATION OF THE DISABLED. THEORY AND PRACTICE

Abstract. The data of the research of the normative legal regulation of the development and implementation of measures for the professional rehabilitation of disabled persons, including measures for vocational education, topical issues of interdepartmental interaction between the

institution of medical and social expertise (ITU) and the Executive authorities in the field of education and employment of the population of St. Petersburg, provided due to changes in legislation in the field of social protection of disabled persons in the Russian Federation in connection with the ratification of the Convention on the rights of disabled persons.

The article presents information about the needs of disabled people in St. Petersburg in vocational rehabilitation measures, as well as an assessment of the implementation and effectiveness of these rehabilitation measures according to the individual program of rehabilitation and habilitation of the disabled person (IPRA).

The article analyzes the organizational and legal problems of interdepartmental interaction between institutions and organizations engaged in the system of vocational rehabilitation of disabled people at the present stage.

Keyword: disabled people, rehabilitation, individual rehabilitation and habilitation program, life restrictions, the law.

В настоящее время, в связи с проведением Правительством Российской Федерации дополнительных мер по реализации предусмотренных Конвенцией ООН от 13.12.2006 г. прав инвалидов на образование, труд и занятость, одним из важнейших направлений деятельности учреждений медико-социальной экспертизы становятся разработка индивидуальных программ реабилитации, включая определение мероприятий по профессиональной реабилитации инвалидов и межведомственное взаимодействие, направленное на создание условий для эффективного трудоустройства инвалидов и обеспечение им доступности профессионального образования.

Необходимость выработки оптимальных подходов к формированию системы комплексной реабилитации и абилитации инвалидов продиктованы вступившими с 01.01.2016 г. в силу изменениями в законодательстве, действующем в области социальной защиты инвалидов в Российской Федерации.

Так, статьей 11 Федерального закона Российской Федерации от 24 ноября 1995 года №181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» (в редакции Федерального закона от 01.12.2014 г. № 419-ФЗ) предусмотрен обмен информацией о разработке и реализации мероприятий по реабилитации и абилитации инвалидов между бюро МСЭ и органами исполнительной власти, а также организациями, непосредственно участвующими в реализации рекомендованных реабилитационных и абилитационных мероприятий [1].

Наряду с этим приказом Минтруда России от 13.06.2017 г. №486н утверждены форма и порядок разработки и реализации индивидуальной программы реабилитации и абилитации инвалида (ребенка-инвалида) (далее – ИПРА), согласно которому информация о нуждаемости в проведении мероприятий по профессиональному образованию направляется в орган исполнительной власти по субъекту Российской Федерации в сфере образования.

Определение потребности инвалида в мероприятиях по общему и профессиональному образованию осуществляется с учетом заключения психолого-медико-педагогической комиссии.

В ходе организации обмена информацией о разработке и реализации мероприятий по профессиональному образованию в Санкт-Петербурге, выявлен ряд проблем, таких как отсутствие нормативного определения порядка предоставления услуг по реабилитации инвалидов в целом, нормативного

определения порядка разработки Перечня мероприятий по реализации программ реабилитации, ведомственной подчиненности организаций, непосредственно выполняющих реабилитационные мероприятия по профессиональному образованию органу исполнительной власти субъекта Российской Федерации в сфере образования и др.

Так, например, профессиональное образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляются на основе образовательных программ, адаптированных при необходимости для обучения указанных обучающихся. При наличии уже имеющегося профессионального образования у гражданина, признанного инвалидом, возникает потребность скорее в его профессиональном обучении и переобучении, которое осуществляется органами службы занятости при трудоустройстве инвалида и подборе подходящего рабочего места. Однако, предоставление информации о нуждаемости в профессиональном обучении инвалида в органы службы занятости действующим законодательством не предусмотрено.

Вместе с тем, межведомственное взаимодействие по вопросам разработки и реализации реабилитационных мероприятий инвалида (ребенка-инвалида) по профессиональному образованию в Санкт-Петербурге организовано через Городскую психолого-медико-педагогическую комиссию, подведомственную Комитету по образованию Санкт-Петербурга, и Санкт-Петербургское государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Охтинский колледж».

Профессиональная реабилитация инвалидов – важнейшая составная часть комплексной реабилитации инвалидов, которая направлена, прежде всего, на возвращение или включение инвалидов в общественно полезный труд в соответствии с состоянием их здоровья, трудоспособностью, личными склонностями и желаниями.

Потребности инвалидов в мероприятиях по профессиональной реабилитации, включая профессиональное обучение устанавливаются на основании наличия стойкого ограничения способности к обучению, стойких нарушений функций организма (40–100%), определенных исходя из количественной системы оценки степени выраженности стойких нарушений функций организма человека, обусловленных заболеваниями, последствиями травм или дефектами [2] либо методом суммарной оценки [2] и Международной классификации функционирования, ограничений жизнедеятельности и здоровья (МКФ) [3] (наличие затруднений в выполнении различных элементов следующих доменов активности МКФ):

Раздел 1. Обучение и применение знаний:

- целенаправленное использование органов чувств (d110–d129);
- базисные навыки при обучении (d130–d159);
- применение знаний (d160–d179);

Раздел 8. Главные сферы жизни:

- образование (d810–d839)

Анализ результатов переосвидетельствования инвалидов за 2015–2017 гг. свидетельствует о том, что число трудоустроенных инвалидов по-прежнему составляет лишь 25–30%.

Таблица 1

Потребность в профессиональной реабилитации инвалидов г. Санкт-Петербурга старше 18 лет за 2015–2017 гг. (в % от разработанных ИПР, ИПРА)

Годы	Потребность в профориентации (включая проф. образование) инвалидов	Потребность в трудоустройстве инвалидов
2015	35,3	64,3
2016	41,3	59,7
2017	37,7	60,6

Таблица 2

Рекомендации о необходимости профессиональной реабилитации в ИПР инвалидов старше 18 лет (по материалам бюро МСЭ Санкт-Петербурга за 2015–2017 гг.)

№ п/п	Показатели	Годы		
		2015	2016	2017
	Всего разработано ИПР	70774	63647	63567
1	Рекомендации о необходимости проф. ориентации инвалидов (включая профобучение)	24970	26266	23959
2	Рекомендации о нуждаемости в содействии в трудоустройстве	45459	37978	38511

Эффективность реализации ИПРА у взрослых и детей оценивается специалистами бюро МСЭ при переосвидетельствовании инвалидов.

В 2017 году проведена оценка 21989 ИПРА взрослых, разработанных в 2016 году. Положительный эффект реабилитации достигнут у 8622 инвалидов – 39,2%.

Программа профессиональной реабилитации выполнена полностью или частично у 2454 инвалидов – в 11,2% случаев (для сравнения: данный показатель по итогам 2016 г. составлял 3,2%), получили новую профессию, повышена квалификация, повышен уровень общего, профессионального образования – 4,4%.

Исходя из результатов проведенного исследования, можно сделать вывод о необходимости формирования системы комплексной реабилитации инвали-

дов, а также программы её развития [4], целью которой является интеграция инвалидов в общество, повышение уровня их жизни, включая повышение уровня обеспеченности реабилитационными услугами, а также повышение уровня профессионального развития и занятости инвалидов.

Список литературы

1. О социальной защите инвалидов в Российской Федерации: Федеральный Закон РФ от 24.11.1995 г. №181 //Собрание законодательства Российской Федерации. 1995. №48. Ст. 4563; 2001, №53. Ст. 5024; 2004, №35, Ст. 3607; 2013, №27. Ст. 3475.
2. Классификации и критерии, используемые при осуществлении медико-социальной экспертизы федеральными государственными учреждениями медико-социальной экспертизы, утвержденные приказом Минтруда России от 17 декабря 2015 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pravo.gov.ru>, 22.01.2016 (дата обращения: 15.02.2018).
3. Международная классификация функционирования, ограничений жизнедеятельности и здоровья. Женева: ВОЗ, 2001. 342 с.
4. Основы управления реабилитационными ресурсами / А.В. Шошмин, Н.В. Мартынова, Я.К. Бесстраинова, Т.В. Зима. СПб.: Знакъ, 2009. 96 с.

УДК 625; 378

Егорова Татьяна Алексеевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
Лобанова Ирина Анатольевна
Международный банковский институт,
Санкт-Петербург

ТРЕХСТОРОННИЙ ПОДХОД В ИНКЛЮЗИИ – ЗАЛОГ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ОБРАЗОВАНИИ

Аннотация. Государство гарантирует равенство прав и свобод человека и гражданина независимо от обстоятельств. В Российской Федерации гарантируется право каждого человека на образование и создаются необходимые условия для его получения без дискриминации. Образование формирует человека и общество. Современное общество через инклюзивное образование ведет к необходимости переосмыслить образовательный процесс и морально-этические традиции. За рассмотрением положительных и отрицательных сторон инклюзивного образования ораторы забывают о факте вовлечения в этот процесс и условно здоровых участников. Только в случае реализации трехстороннего подхода в образовательной организации к вопросу инклюзии достижимо результативное взаимодействие, когда в процессе обучения осуществляется не только подготовка инвалидов к независимой жизни, их интеграция в общество, но и само общество развивается и обретает новое лицо, новую культуру, культуру, готовую принять каждого человека с его особенностями.

Ключевые слова: инклюзия, взаимодействие, адаптация, взаимоуважение, образовательная программа.

Egorova Tatyana, A.

Saint-Petersburg State University of Economics

Lobanova Irina, A.

International Banking Institute, Saint-Petersburg

THIRD-INTERIOR APPROACH IN INCLUSION AS THE GUARANTEE OF THE PERFORMANCE OF INTERACTION IN EDUCATION

Abstract. The state guarantees the equality of human and civil rights and freedoms regardless of the circumstances. The Russian Federation guarantees the right of every person to education and creates the necessary conditions for receiving it without discrimination. Education forms a person and society. Modern society through inclusive education leads to the need to rethink the educational process and moral and ethical traditions. While considering the positive and negative aspects of inclusive education, speakers forget about the fact that participants and conditionally healthy participants are involved in this process. Only in the case of the three-tiered approach realization in the issue of inclusion in the educational organization the achievable effective interaction can be reached, when the process of training is carried out not only for the preparation of the disabled for independent life, their integration into society, but for the society itself develops and acquires a new face, new culture, the culture that is ready to take each person with his features.

Keywords: inclusion, interaction, adaptation, mutual respect, educational program.

*Каждый человек состоит из одних и тех же нот, но мелодия у каждого разная.
Дмитрий Рихтер (2016)*

Все люди разные по своему внешнему виду и проявлениям, по характеру, по целям и методам их достижения, по привычкам и реакциям, по степени счастья и страдания, которые они испытывают, по внутреннему набору личных качеств, способностей и талантов, которыми они обладают, по тому, чего они достигают в жизни. Каждый человек абсолютно уникален во всём, в том числе по своему предназначению и судьбе. Хотя справедливо будет сказать, что у людей, разных групп людей – много общего, того, что их объединяет.

Статья 19 Конституции Российской Федерации гласит:

1. Все равны перед законом и судом.

2. Государство гарантирует равенство прав и свобод человека и гражданина независимо от пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного и должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям, а также других обстоятельств. Запрещаются любые формы ограничения прав граждан по признакам социальной, расовой, национальной, языковой или религиозной принадлежности.

Статья 20 Конституции Российской Федерации гласит:

1. Каждый имеет право на жизнь.

Статья 21 Конституции Российской Федерации гласит:

Достоинство личности охраняется государством. Ничто не может быть основанием для его умаления.

Статья 43 Конституции Российской Федерации гласит:

1. Каждый имеет право на образование.

2. Гарантируются общедоступность и бесплатность дошкольного, основного общего и среднего профессионального образования в государственных или муниципальных образовательных учреждениях и на предприятиях.

3. Каждый вправе на конкурсной основе бесплатно получить высшее образование в государственном или муниципальном образовательном учреждении и на предприятии [1].

Федеральный закон РФ «Об образовании в Российской Федерации» №273-ФЗ в статье 5 закрепляет государственные гарантии реализации права на образование в Российской Федерации:

1. В Российской Федерации гарантируется право каждого человека на образование.

5. В целях реализации права каждого человека на образование федеральными государственными органами, органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления:

1) создаются необходимые условия для получения без дискриминации качественного образования лицами с ограниченными возможностями здоровья, для коррекции нарушений развития и социальной адаптации, оказания ранней коррекционной помощи на основе специальных педагогических подходов и наиболее подходящих для этих лиц языков, методов и способов общения и условия, в максимальной степени способствующие получению образования определенного уровня и определенной направленности, а также социальному развитию этих лиц, в том числе посредством организации инклюзивного образования лиц с ограниченными возможностями здоровья [2].

Образование как раз и формирует человека и общество в целом, поведение людей в обществе.

Еще в начале прошлого века английский писатель и философ Эдвард Карпентер в своих трудах рассматривал вопрос равенства: «Равенство – это признание за всеми людьми мира одинаковых прав на пользование естественными благами мира, одинаковых прав на блага, происходящие от общей жизни, и одинаковых прав на уважение личности человека.

Закон равенства людей заключает в себе все нравственные законы; это точка, которой эти законы не могут достичь, но к которой все они приближаются». [3]

Инклюзивное образование ведет к необходимости переосмыслить образовательный процесс и морально-этические традиции современного общества. Оно ставит своей основной целью обеспечение равного доступа к получению того или иного вида образования и создание необходимых условий для достижения успеха в образовании всеми без исключения детьми, независимо от их индивидуальных особенностей, прежних учебных достижений, родного языка, культуры, социального и экономического статуса родителей, психических и физических возможностей.

К основным элементам инклюзии можно отнести:

- включение всех детей с различными возможностями в такую школу, которую они могли бы посещать, если бы у них не было инвалидности;
- количество детей с различными возможностями, обучающихся в школе, находится в естественной пропорции в отношении всей детской популяции этого округа в целом;
- отсутствие «сортировки» и «отбраковывания» детей, обучение в смешанных группах;
- дети с особенностями находятся в классах, соответствующих их возрасту;
- ситуационно обусловленное взаимодействие и координация ресурсов и методов обучения;
- эффективность как стиль работы школы, децентрализованные модели обучения [4].

Выделяют восемь принципов инклюзивного образования:

- ценность человека не зависит от его способностей и достижений;
- каждый человек способен чувствовать и думать;
- каждый человек имеет право на общение и на то, чтобы быть услышанным;
- все люди нуждаются друг в друге;
- подлинное образование может осуществляться только в контексте реальных взаимоотношений;
- все люди нуждаются в поддержке и дружбе ровесников;
- для всех обучающихся достижение прогресса скорее может быть в том, что они могут делать, чем в том, что не могут;
- разнообразие усиливает все стороны жизни человека [5].

О преимуществах инклюзивного образования сейчас говорится много и повсеместно, порой напрочь забывая про негативные моменты этого явления [6]. Однако это не является предметом настоящего исследования.

За рассмотрением положительных и отрицательных сторон инклюзивного образования ораторы забывают о факте вовлечения в этот процесс и условно здоровых участников. В научных статьях все аспекты рассматриваются исключительно с позиции лиц с ограниченными возможностями здоровья, изредка вспоминают про профессорско-преподавательский состав. При этом ведь идея инклюзии заключается именно во взаимодействии одних с другими. Инвалид или лицо с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) не просто присутствует среди условно здоровых, традиционных обучающихся, а должен именно вовлекаться в процесс взаимодействия, кооперации. И от успешности и продуктивности сотрудничества как раз и зависит успех всего процесса инклюзии.

Инклюзивное образование предполагает, что разные дети, с разными особенностями и способностями могут учиться вместе. Все индивидуальные потребности и особенности детей в процессе обучения остаются неизменными и не подвергаются коррекции под систему образования. В данном случае система образования адаптируется к потребностям каждого ребенка.

Предполагается, что образовательной организацией разрабатываются и в образовательную программу включаются специализированные курсы/ дисциплины/ модули по адаптации инвалида или лица с ОВЗ к учебному процессу либо адаптированные по форме под нужды обучающегося сами курсы/ дисциплины/ модули. Данный подход оставляет в стороне интересы традиционных обучающихся, обходит вниманием их роль в процессе инклюзии, их адаптацию к новым условиям взаимодействия с инвалидами и лицами с ОВЗ, что может породить, а порой и является основной причиной конфликтных ситуаций в среде обучающихся. Причем не только ввиду человеческой жестокости, но и в силу простого незнания того, как корректно следует контактировать с инвалидом.

Для решения главной задачи инклюзивного обучения – результативного и комфортного взаимодействия разных в физических возможностях, но равных в гражданских правах людей – необходимо адаптировать образовательные программы не в одностороннем порядке, а в трехстороннем – соблюдая интересы и педагогов, и традиционных обучающихся, и инвалидов и лиц с ОВЗ.

Примером одного из шагов предлагаемого подхода может служить разработка и введение в образовательную программу курса по этике поведения в современном обществе, в рамках которого будут рассматриваться, разъясняться и отрабатываться на практике основные правила взаимодействия с инвалидами той или иной группы нозологии, нормы корректного поведения и уважительного оказания помощи, причем только тогда, когда она уместна, когда в ней есть реальная потребность у инвалида или лица с ОВЗ.

Только в случае реализации трехстороннего подхода в образовательной организации к вопросу инклюзии достижимо результативно взаимодействие, когда в процессе обучения осуществляется не только подготовка инвалидов к независимой жизни, их интеграция в общество, но и само общество развивается и обретает новое лицо, новую культуру, культуру, готовую принять каждого человека с его особенностями.

Базируясь на постулатах, рассмотренных в данной статье, в учебных процессах экономического университета и Международного банковского института, формируются программы инклюзивного образования, взаимодействия между университетами, дорожные карты по повышению доступности и качества высшего образования для инвалидов.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации. <http://www.constitution.ru/>
2. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 №273-ФЗ (ред. от 29.12.2017). [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://fzrf.su/zakon/ob-obrazovanii-273-fz/> (дата обращения: 10.02.18).
3. *Карпенгер Э.* Новый человек. Изд.: Петроград, 1915. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://antimilitary.narod.ru/antology/carpenter/carpenter_bio.htm (дата обращения: 10.02.18).
4. Интегрированное обучение детей с ограниченными возможностями в обществе здоровых детей / *Ф.Л. Ратнер, А.Ю. Юсупов.* М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2006.
5. *Ярская-Смирнова Е.Р., Лошакова И.И.* Инклюзивное образование детей-инвалидов // Социологические исследования. 2003. №5. С. 100–106.
6. *Зуева Т.Ф.* Инклюзивное образование в России как инструмент гибели страны // Новый Петербургъ. 2013. №30 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://newspb.su/category/2013/30-01-08-2013/> (дата обращения: 10.02.18).

7. Материалы по инклюзивному образованию Ресурсного учебно-методического центра по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на базе РГПУ им. А.И. Герцена [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.herzen.spb.ru/main/structure/centers/1511512487/> (дата обращения: 10.02.18).

8. Зарецкий В.К. Десять конференций по проблемам развития особенных детей – десять шагов от инновации к норме // Психологическая наука и образование. 2005. №1. С. 83–95.

9. Инклюзивное образование в России. ЮНИСЕФ. М., 2011.

10. Материалы по инклюзивному образованию [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://school.msk.ort.ru/integration/index.php?p=teor_mpio (дата обращения: 10.02.18).

11. Инклюзивное образование – равные возможности для всех учащихся [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://nashiosobiedeti.ucoz.ru/news/inkluzivnoe_obrazovanie_ravnye_vozmozhnosti_dlja_vsekh_uchashhikhsja/2010-09-04-246 (дата обращения: 10.02.18).

12. Сайт для инвалидов «Дверь в мир» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://doorinworld.ru> (дата обращения: 10.02.18).

УДК 376; 377

Земскова Галина Семеновна

Рачина Галина Борисовна

СПб ГБУ «Профессионально-реабилитационный центр»,
Санкт-Петербург

**ПРОГРАММА
СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ
ИНВАЛИДОВ И ЛОВЗ
В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ**

Аннотация. В данной статье представлен опыт практической работы по социально-психологическому сопровождению инвалидов и ЛОВЗ на этапах их профессионального самоопределения и обучения. Отражены основные циклы дисциплин при обучении на реабилитационно-подготовительных курсах. Рассмотрены направления социально-психологического сопровождения образовательного процесса и его значение в профессиональной реабилитации.

Ключевые слова: инвалиды, лица с ограниченными возможностями здоровья, социально-психологическое сопровождение, профессиональное самоопределение, комплексный подход, профессиональная ориентация, профессиональная реабилитация.

Zemskova Galina, S.

Rachina Galina, B.

Vocational- rehabilitation center, Saint-Petersburg

**THE PROGRAM OF SOCIO-PSYCHOLOGICAL SUPPORT
OF DISABLED PERSONS AND PERSONS WITH DISABILITIES
IN THE PROCESS OF PROFESSIONAL TRAINING**

Abstract. The article presents the experience of practical work on social and psychological support of disabled people and educational institutions at the stages of their professional self-determination and training. The main disciplines in training courses rehabilitation. Directions of

social and psychological support of educational process and its value in professional rehabilitation are considered.

Keywords: disabled people, social and psychological support of professional self-determination, complex approach, professional orientation, professional rehabilitation.

Реабилитация инвалидов является основной и ведущей проблемой в процессе восстановления социального статуса инвалида и интеграции его в общество. Сформулированная еще в 1903 году концепция де Буса предусматривала разноплановый аспект реабилитационного процесса: медицинская, профессиональная и социальная реабилитация. Основной целью мероприятий по социальной адаптации является успешное включение инвалидов в систему социальных отношений, частью которой можно считать и профессиональную деятельность. Таким образом, большое внимание должно уделяться профессиональному образованию людей с ограниченными возможностями здоровья (далее ЛОВЗ).

Требования, предъявляемые к среднему профессиональному образованию, достаточно высоки, что предопределяет необходимость анализа возможности освоения поступающими образовательных программ разного уровня и выявление тех, кто недостаточно подготовлен к обучению вследствие следующих причин:

- длительность перерыва после окончания общеобразовательной школы;
- низкая мотивация к обучению и переобучению;
- получение общеобразовательной подготовки в форме индивидуального обучения;
- потребность в социально-средовой адаптации;
- другие причины, затрудняющие получение профессиональных знаний по выбранной профессии или специальности.

Задачей сотрудников СПб ГБУ «Профессионально-реабилитационный центр» является оказание помощи инвалиду и ЛОВЗ в подборе оптимального для него направления будущей профессиональной деятельности, с учетом его индивидуальных особенностей и потребностей. Проведение мероприятий по социальной адаптации должны быть направлены на включение его в жизнь общества, развитие социальных качеств, формирование активной жизненной позиции, ориентацию на позитивное отношение к жизни, приобщение к культуре, духовным ценностям, общению друг с другом и внешним миром, на принятие себя как полноценной и значимой личности.

Социальная адаптация в нашем учреждении начинается с первичного приема. Затем специалисты отдела профотбора и профпробы работают с инвалидами по специально разработанной программе. В программу входит профориентационное и психологическое тестирование, проводится беседа с социальным педагогом.

Эта программа приближает поступающих к учебному процессу и способствует выбору будущей специальности. По результатам профессионального тестирования на каждого поступающего оформляется реабилитационное дело, включающее в себя заключения специалистов и рекомендации по социально-

психологической и медицинской поддержке поступающих для успешного достижения целей профессиональной реабилитации.

Полученные результаты показывают, что среди обратившихся в ПРЦ есть те, кому нужен подготовительный этап, который позволит им адаптироваться к процессу обучения. Таким этапом являются курсы по подготовке к поступлению в СПб ГБУ «Профессионально-реабилитационный центр», реабилитационно-подготовительные курсы (далее – РПК).

Задачей РПК является создание условий для успешного профессионального обучения и переобучения, а именно: выравнивание уровня общеобразовательной подготовки; социально-психологическая адаптация; помощь в профессиональном самоопределении; адаптация к учебному процессу; повышение мотивации к обучению и дальнейшей работе по выбранной специальности или профессии; помощь в развитии общих и профессиональных компетенции, профессионально важных качеств и формирование необходимых навыков для успешного овладения выбранной профессией; ориентация на успешную трудовую деятельность; раскрытие потенциальных возможностей учащегося; способствование формированию активной жизненной позиции; повышение социокультурного уровня. За истекший период на РПК прошли обучение около 1000 слушателей. Можно выделить три группы людей, которым необходимы такие занятия. Это инвалиды с детства, не имеющие навыков общения в коллективе, взрослые люди, имеющие трудовой опыт, которым необходимо восполнить пробелы в знаниях, и инвалиды, еще не определившиеся в выборе будущей специальности.

Программа занятий на РПК учитывает следующие критерии: уровень базовых знаний, способность к обучению, концентрации внимания, логическому мышлению, мотивацию к обучению или переобучению, способность переносить нагрузки, возникающие в процессе обучения, социальное поведение, коммуникативные способности, мотивацию к будущей работе по выбранной специальности.

Программа РПК содержит 3 раздела:

1. Общеобразовательный цикл. Содержание занятий направлено на систематизацию, обобщение и активизацию знаний, более углубленному изучению разделов общеобразовательных дисциплин, необходимых при дальнейшем обучении по выбранной абитуриентом специальности.

2. Общеразвивающий (адаптационный) цикл включает следующие дисциплины: «Психология общения», «Профессиональное самоопределение».

Учебный план по этим дисциплинам предусматривает психологические тренинги, ролевые игры, упражнения, направленные на создание рабочей обстановки, что способствуют развитию социальной компетенции абитуриента. На занятиях, направленных на профессиональное самоопределение рассматриваются следующие вопросы: психология профессиональной деятельности, сущность профессионального самоопределения, основные классификации профессий, технология и проблемы выбора профессии.

3. Цикл «Профессиональная ориентация» (введение в специальность, профессию). Введение в профессии и специальности различных укрупненных групп позволяет слушателям курсов ознакомиться с областью профессиональной деятельности, объектами и видами профессиональной деятельности, ква-

лификационными характеристиками, определить основные профессиональные качества будущего специалиста, технологией трудоустройства и возможностями адаптации на рабочем месте. При знакомстве с основными видами профессиональной деятельности проводятся не только теоретические, но и практические занятия, позволяющие попробовать себя при выполнении разных работ.

Ведение дневника прохождения реабилитационно-подготовительных курсов позволяет более успешно построить работу со слушателем, учесть особенности каждого и дать наиболее полные рекомендации специалистам отдела социально-психологической реабилитации и медицинского сопровождения для дальнейшей работы на протяжении всего курса обучения.

Опыт работы курсов по подготовке к поступлению в СПб ГБУ «Профессионально-реабилитационный центр» дает возможность проанализировать их необходимость и эффективность, исходя из практического опыта и на основании данных регулярно проводимых мониторингов. За 3 последних учебных года 83% слушателей, закончивших РПК, поступило на обучение в СПб ГБУ «Профессионально-реабилитационный центр».

Таким образом, программа РПК, помимо образовательной, несет в себе и реабилитационную составляющую. Подготовлены методические разработки «Программа социально-психологического сопровождения», «Индивидуальный маршрут реабилитации».

Цель программы: создание оптимальных условий, обеспечивающих наиболее полное раскрытие потенциала инвалида, создание оптимальной воспитывающей среды, обеспечивающей гармоничное развитие личности будущего специалиста и социально-психологическое сопровождение в период проведения мероприятий по профориентации и обучения.

Задачи программы: создание условий для эффективного проведения профессиональной ориентации, для успешного профессионального обучения, взаимодействия всех участников учебно-воспитательного процесса, для формирования позитивного отношения к себе и окружающему миру, содействия профессионально-личностному развитию инвалидов и ЛОВЗ, успешной адаптации к учебному процессу, раннего выявления и поддержки социально незащищенных категорий поступающих и обучающихся; оказание психологической помощи, социально-психологическая адаптация, повышение мотивации к профессиональному обучению и дальнейшему трудоустройству, повышение социокультурного уровня.

Проведение промежуточной и итоговой аттестации позволяет отслеживать динамику реабилитационного процесса на основании результатов обучения, показателей социально-психологической и средовой адаптации, мотивации. На основании полученных данных, рекомендаций преподавателей и специалистов, работающих с учебной группой, проводятся собеседования и обсуждаются план работы с обучающимся на дальнейший период, что отражается в индивидуальном маршруте реабилитации. Аналогичная работа ведется во время всего процесса обучения.

Профессиональная реабилитация – это комплекс мероприятий, содержащий профессиональное обучение и переобучение в совокупности с психологической, социальной и медицинской поддержкой, который реализуется специалистами раз-

личных областей. Одной из форм работы с обучающимися в СПб ГБУ «Профессионально-реабилитационный центр» является работа реабилитационных команд.

Работа реакоманды, координатором которой является социальный педагог, построена на основе постоянной взаимосвязи специалистов (педагогов-психологов, социальных педагогов, медицинских работников) и преподавателей и ведется по плану, который может корректироваться по мере необходимости. Реабилитационная команда на внутреннем заседании обсуждает итоги проведенных мероприятий, промежуточной аттестации, определяет способы решения возникших проблем. В случае необходимости, решения принимаются совместно с учебной частью или администрацией СПб ГБУ «Профессионально-реабилитационный центр».

Работа в реакоманде позволяет:

- осуществить комплексный подход к процессу профессиональной реабилитации;
- обеспечить оперативное взаимодействие всех служб, вследствие чего ни один из слушателей не остается без внимания со стороны специалистов;
- осуществляет совершенствование форм и методов реабилитационной деятельности на основе индивидуального подхода;
- способствует полноценному профессиональному и личностному росту обучающихся.

Результаты реализации программы:

- адаптация к процессу обучения;
- повышение уровня социальных компетенций;
- осознанный выбор направления и программы профессионального обучения, повышение успеваемости;
- уменьшение «группы риска»;
- повышение мотивации к профессиональному обучению и дальнейшему трудоустройству;
- снижение уровня тревожности;
- повышение социальной и творческой активности;
- стабильный процент трудоустройства выпускников.

Список литературы

1. Образование на протяжении всей жизни: разнообразие идей, концепций, форм, методов, технологий. В 10 т. Том 7. Обучение лиц со специальными потребностями: Международная монография по итогам акций ЮНЕСКО «Неделя образования взрослых» 2012–2013 гг./ Под ред. *С.С.Лебедевой, Г.Г.Иванова*. СПб: Политехника-сервис, 2013. 252 с.
2. Профессиональная ориентация лиц с учетом ограниченных возможностей здоровья / *Е.М. Старобина, Е.О. Гордиевская, И.Е. Кузьмина*. 2-е изд. Москва: Форум: ИНФРА-М, 2016. 351 с.
3. Письмо Минобрнауки РФ от 03.18.2014 г. №06-281 «Требования к организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в профессиональных образовательных организациях, в том числе оснащенности образовательного процесса». 15 с.

УДК 34.08

**Ибрагимли Зульфигар Гусейн оглы
Мамедов Мамед Гумбат оглы**
Азербайджанский государственный
экономический университет

КУЛЬТУРА НЕПРЕРЫВНОГО ОБУЧЕНИЯ СОТРУДНИКОВ ДЕЛОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация. Дана подробная характеристика методов обучения персонала деловой организации, умению разрешать проблемы, обусловленные происходящим и ожидаемым в будущем устареванием базовых технологических знаний. Сформулированы требования, предъявляемые к специалистам для работы на различных административных должностях.

Ключевые слова: компания, обучения, чередование работ, семинар, тренинг, знания, метод, профессия, сотрудник.

**Ibragimli Zulfigar, G. og.
Mamedov Mamed, G. og.**
Azerbaijani State University of Economics

CULTURE OF CONTINUOUS TRAINING OF EMPLOYEES BUSINESS ORGANIZATIONS

Abstract. The detailed characteristic of methods of training of personnel of the business organization is given, to ability to resolve the problems caused by the events and the obsolescence of basic technological knowledge expected in the future. Requirements imposed to experts for work at various administrative positions are formulated.

Keywords: company, training, alternations of works, seminar, knowledge, method, profession, employee.

В постиндустриальную эпоху существующие идеи, знания и навыки быстро устаревают и перестают соответствовать потребностям деловых организаций и общество. Поэтому перед бизнесом встает проблема отыскания различных способов преодоления эрозии технологических знаний.

В постсоветских странах все в большей степени признают, что повышение квалификации каждого сотрудника должно проводиться непрерывно в течение всей его профессиональной деятельности. В Законе Азербайджана «Об образовании» закреплена концепция о непрерывном образовании. Признание такой концепции означает, что любая корпорация принимает на себя обязательство постоянно разрабатывать и осуществлять образовательные программы для различных профессиональных групп внутри организации. В настоящий момент в Государственной нефтяной компании «SOCAR», в холдинге «Азерсун» и «Veyselogli» действуют образовательные программы по различным профессиональным группам. Необходимо отметить, что ответственность за осуществле-

ние таких программ распространяется также на отдельных членов этих организаций и на органы образования за пределами деловых организаций.

Каждый человек должен сам проявлять инициативу в определении того, что необходимо для его дальнейшего развития, и проходить соответствующее обучение. Для разработки программ и курсов наилучшие возможности имеют высшие учебные заведения.

В компании «Азерсун» при управлении человеческими ресурсами учитывают силу, а не слабость. Если сотрудник не может справиться с работой, то следует выявить причины этого, но вообще важнее определить, что он умеет, а не то, чего он не умеет. Значит, нужно выявить, что может сделать сотрудник, и дать ему работу, с которой он действительно может хорошо справиться. Только таким путем работник в полную силу может себя проявить.

Функциональное содержание непрерывного образования холдинга «Азерсун» можно подразделить на две части:

- 1) непрерывное образование, направленное на то, чтобы постоянно держать персонал в курсе последних достижений в области технологий, соответствующих бизнес-направлениям организации;
- 2) непрерывное образование с целью подготовки работников к выполнению обязанностей, требующих более высокой квалификации, и с целью расширения их знаний и опыта в новых для них областях деятельности.

По первому направлению программы обучения в холдинге основываются на комбинации: а) подготовки в процессе работы, б) методов чередования работ, в) тренингов, семинаров и конференций.

На первый взгляд, подготовка работников в процессе работы представляется наиболее простым, легко осуществимым способом. Здесь, однако, имеются два подхода, не применяемые на практике достаточно широко, но оказавшиеся сравнительно эффективными. Первый из них состоит в том, что специалисты приобщаются к новым знаниям и методам работы, выполняя более сложные задания. На наш взгляд, успех такого метода зависит от того, насколько способна компания ставить действительно актуальные и, следовательно, стимулирующие задачи. Другой способ подготовки в процессе работы заключается во включении молодых работников в качестве наблюдателей или учеников в группу, занятую решением определенного вопроса. Предоставление им возможности непосредственно проследить за путями и методами решения сложных вопросов способствует появлению мотивов к дальнейшему совершенствованию.

Метод чередования работ систематически применяется в компании. Многие преимущества этого метода очевидны. В компании «Азерсун» часто переводятся работники административного аппарата в производственные подразделения и наоборот. Другим проявлением того же подхода является плановая перестановка сотрудников в филиалах и дочерних компаниях холдинга. За последние 10 лет более 300 сотрудников перешли из административного аппарата в производственные и наоборот.

Нет никаких сомнений в том, что внутри компании перестановка персонала, занимающегося исследованиями и изучением перспектив развития орга-

низации, на работу, связанную с непосредственным производством продукции и ее реализацией, является полезной, поскольку дает им возможность получить более полное представление об организационной и профессиональной структуре и культуре холдинга. Кроме этого, чередование работ является развитием сотрудника в горизонтальной карьере.

В результате можно сделать вывод, что всякое чередование работ должно планироваться и направляться таким образом, чтобы оно служило целям непрерывного образования.

Тренинги, семинары и конференции, проводимые внутри компании ее собственными силами, являются эффективными способами повышения квалификации персонала.

В компании чаще всего проводятся тренинги для руководящего состава, для личностного роста, тренинги по продажам и психологические тренинги. Как метод интерактивного обучения тренинги дают новые навыки и знания персоналу организации. Кроме этого, в «Азерсун» все шире используются так называемые межподразделенческие семинары. На этих семинарах различные подразделения и филиалы представляют последние результаты своей работы специалистам, приглашенным из других подразделений и филиалов, которые затем получают возможность прокомментировать и обсудить предлагаемые решения. Такая практика, с одной стороны, способствует отысканию оптимальных решений обсуждаемых на семинарах проблем, а с другой – приносит пользу участникам семинаров.

По второму направлению реализуется программа по расширению компетентности в смежных областях. Так, в компании сочетается техническое образование с изучением таких дисциплин, как менеджмент, социальная психология, деловое общение. В этой области компания сотрудничает с университетами страны.

Наряду с этим в компании для каждого сотрудника разработан индивидуальный план подготовки.

Для менеджеров среднего и низшего звена в компании разработана отдельная программа по повышению профессионального уровня. Ниже перечисляются качества, которыми по нашему мнению, должны обладать управляющие, и на развитие которых должно быть направлено обучение:

- способность формулировать цели, и добиваться их осуществления;
- способность отбирать и правильно оценивать информацию, поступающую из сложной, хаотической и изменчивой внешней среды;
- способность систематизировать и использовать эту информацию для управления организацией;
- способность предвидеть, планировать и стимулировать деятельность организации;
- способность работать с другими людьми и руководить ими.

Таким образом, для успешной системы непрерывного обучения от компании требуется серьезная и систематическая работа по планированию повышения квалификации персонала. Внешние курсы представляют большую ценность только как составная часть таких планов.

Список литературы

1. <http://www.azersun.com/az/content/tarix> (дата обращения: 15.01.2018).
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Пер с англ. М.: Мысль, 1994. 462 с.
3. Варнеке Ханс-Юрген. Революция в предпринимательской культуре / Пер. с нем. М.: МАИК-НАУКА, 1999. 280 с.
4. Друкер П. Эффективное управление. М., 2003. 288 с.
5. Frankel E.G. Management of technological change. Dordrecht, 1990.
6. Minsberg Henri. The structuring of organizations (Engolword cliffs, N.j.: prentice holl, 1979).
7. Nash L. Good Intentions Aside: A Managers Guide to Resolving Ethical Problems. Harward Busniness School Press. 1990. p. 354.

УДК 331

Лабейко Ольга Анатольевна

Барановичский государственный университет,
Барановичи, Республика Беларусь

НАПРАВЛЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ МЕХАНИЗМОВ СОДЕЙСТВИЯ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ

Аннотация. Проанализированы существующие проблемные вопросы в области профессиональной подготовки лиц с инвалидностью и их дальнейшего трудоустройства. Разработан и предложен к использованию механизм социального партнерства между органами государственной службы занятости, нанимателями и учреждениями образования в организации содействия занятости специалистов, имеющих инвалидность

Ключевые слова: профессиональное образование, обучающиеся с инвалидностью, трудоустройство.

Labeiko Olga, A.

Baranovichi State University,
Baranovichi, Republic of Belarus

DIRECTIONS FOR IMPROVING THE ORGANIZATIONAL MECHANISMS OF PROMOTING THE EMPLOYMENT OF PEOPLE WITH DISABILITIES

Abstract. The existing problem issues in the field of professional training for persons with disabilities and their further employment were analyzed. A mechanism of social partnership between the state employment service institutions, employers and educational institutions in the organization of employment assistance for professionals with disabilities has been developed and proposed for use.

Keywords: professional education, students with disabilities, job placement.

В Республике Беларусь мероприятия по восстановлению трудоспособности включают в себя профессиональную ориентацию, профессиональную подготовку, переподготовку и повышение квалификации лиц с инвалидностью. Проведенный анализ действующей системы профессиональной реабилитации показал, что центральным звеном по реализации реабилитационных назначений профессиональной направленности выступают государственные службы занятости. В национальном законодательстве определен порядок взаимодействия управлений (отделов) по труду, занятости и социальной защите городских, районных исполнительных комитетов и учреждений образования, осуществляющих профессиональную реабилитацию. Следует отметить, что в современных социально-экономических условиях учреждения образования не ограничиваются функцией по возобновлению у граждан сниженной или потерянной профессиональной трудоспособности. Они стремятся к расширению образовательного пространства, обеспечению формирования профессиональных знаний, умений и навыков у всех обучающихся, в том числе с инвалидностью. Это возможно благодаря интенсивному развитию и внедрению в стране системы инклюзивного образования.

Сегодня инклюзивное образование является закономерным процессом развития национальной системы образования, представляя собой механизм обеспечения равных возможностей в получении образования обучающимся с разными образовательными потребностями. В республике создается необходимая нормативная правовая и учебно-методическая база, регламентирующая деятельность учреждений образования, осуществляющих образовательную интеграцию. Важным этапом в становлении инклюзивной образовательной среды стало Института инклюзивного образования в Белорусском государственном педагогическом университете им. М. Танка. Тенденция развития инклюзивного образования имеет ряд важных следствий в регулировании социально-трудовых отношений. Прежде всего, это формирование нового сегмента трудового потенциала страны, имеющего функциональные нарушения, но обладающего желанием трудиться и быть включенным в сферу общественного производства. Вполне естественно, что исследуемая группа населения сделает следующий шаг и спросит себя и общество: почему мы интегрированы в сферу образования и сегрегированы в трудовой жизни?

Несмотря на расширение возможностей для лиц с инвалидностью в получении профессионального образования вопрос их дальнейшего трудоустройства стоит крайне остро как для самих выпускников, так и для учреждений образования. Анализ нормативных правовых актов, определяющих порядок и условия трудоустройства молодых специалистов, показал, что учреждения образования обязаны предоставить рабочее место выпускникам, имеющим I или II группу инвалидности, получившим высшее, среднее специальное, профессионально-техническое образование в дневной форме получения образования за счет средств республиканского и (или) местных бюджетов [1]. В виду этого, значительная часть молодых специалистов, а именно выпускники, с III группой инвалидности, выпускники, получившие профессиональное образование в заочной форме получения образования, в том числе дистанционной, а также за счет собственных средств, остаются без поддержки в трудоустройстве со сто-

роны учреждений образования и государства. Результаты проведенного мониторинга официальных интернет-сайтов учреждений образования Республики Беларусь свидетельствуют о том, что последние не имеют практики содействия занятости обучающихся с инвалидностью. В результате сложившихся обстоятельств, с одной стороны, не удовлетворяются потребности выпускников, имеющих ограничения жизнедеятельности, в реализации их трудового потенциала, снижается конкурентоспособность молодых специалистов на рынке труда. С другой стороны, в стране увеличивается численность незанятого населения, нарастает социальная напряженность в обществе, часть трудового потенциал не используется в национальной экономике.

Очевидно, что уже сегодня необходим действенный и эффективный механизм решения указанной проблемы, поскольку в ближайшей перспективе она будет только нарастать. Считаем, что приведение структуры, объемов профессиональной подготовки лиц с инвалидностью потребностям и возможностям экономики, их дальнейшее трудоустройство, возможно исключительно путем обеспечения качественно нового взаимодействия между учреждениями образования, нанимателями и органами государственной службы занятости с использованием механизма социального партнерства. Улучшение сотрудничества между социальными партнерами призвано обеспечить скоординированную помощь и поддержку профессиональной карьеры человека с инвалидностью на всех этапах его жизни и выступать определенной формой социальной гарантии в сфере свободного выбора профессионального пути и самореализации в профессиональной деятельности.

Анализ научной литературы по теории и практике социального партнерства, особенностям его применения на национальном и международном уровне показал следующее. Традиционно социальное партнерство трактуется как система взаимоотношений между работодателями, государственными органами и представителями наемных работников, опирающаяся на конструктивное сотрудничество, согласие и соблюдение норм законодательства в регулировании социально-экономических отношений в сфере труда [2, с. 14]. Вместе с тем, необходимо отметить научные разработки по расширению социально-партнерских отношений на всю сферу воспроизводства трудового потенциала, включению в систему социального партнерства новых субъектов общественных отношений, формированию их функций [3, с. 13–14]. Таким образом, социальное партнерство является современным и перспективным направлением, позволяющим гармонизировать интересы субъектов социально-трудовых отношений.

На основании вышеизложенного автором работы предлагается использовать механизм социального партнерства между органами государственной службы занятости, нанимателями и учреждениями образования в решении проблем адресной подготовки специалистов, имеющих инвалидность, в соответствии с их возможностями и потребностями экономики. Механизм реализации социального партнерства между указанными субъектами рекомендуется осуществлять по следующим направлениям. *Взаимодействие учреждений образования и нанимателей* необходимо проводить в таких аспектах как:

- определение возможности трудоустройства выпускников, имеющих инвалидность, в соответствии с полученной специальностью

(направлением специальности, специализации), их индивидуальными потребностями и возможностями;

- получение учреждениями образования от нанимателей полной и достоверной информации о вакансиях, в том числе профессии (должности), требуемом уровне образования, должностных обязанностях, оплате труда, режиме рабочего времени и времени отдыха, производственной среде, в том числе условиях труда на рабочем месте;
- организация, при необходимости, дополнительного профессионального обучения выпускников в соответствии с требованиями нанимателя, предъявляемыми к будущей должности (профессии), способствующего успешному их трудоустройству;
- совместно с органами государственной службы занятости, медико-реабилитационными экспертными комиссиями организация адаптации к трудовой деятельности выпускников с инвалидностью, создание дополнительных условий труда на рабочих местах;
- содействие и организация трудоустройства выпускников с инвалидностью в государственном секторе.

Требуется установить особый порядок взаимодействия учреждений образования и органов государственной службы занятости по следующим направлениям:

- организация мониторинга состояния рынка труда, прогнозирования его развития, создание информационной базы о наиболее востребованных и перспективных профессиях для лиц с инвалидностью, возможностях их дальнейшего трудоустройства;
- предоставление информации о численности, полученной специальности (направлением специальности, специализации) выпускников с инвалидностью в органы государственной службы занятости с целью определения возможности установления для них брони для приема на работу, создания дополнительных рабочих мест, в том числе специализированных;
- оказание организационной и методической помощи молодым специалистам с инвалидностью в организации предпринимательской деятельности, деятельности по оказанию услуг в сфере агроэко-туризма, ремесленной деятельности, оказания помощи в подготовке необходимых документов для получения финансовой поддержки;
- определение и развитие конкретной системы подготовки лиц с инвалидностью с учетом социально-экономической ситуации и положения на рынке труда в административно-территориальных единицах республики.

Для реализации механизма социального партнерства органов государственной службы занятости, нанимателей и учреждений образования предлагается создание в учреждениях образования соответствующего структурного подразделения. Это может быть центр развития карьеры, служба маркетинга и трудоустройства выпускников, лаборатория планирования карьеры и другие, целью деятельности которых должно стать осуществление консультативной,

организационной помощи выпускникам учреждения образования в поиске и получении работы. К основным задачам, направленным на достижения поставленной цели данного структурного подразделения, следует отнести:

- формирование способностей у выпускников к планированию индивидуальной траектории карьеры, повышение их конкурентоспособности на рынке труда;
- получение актуальной, развернутой информации о вакансиях на рынке труда, требованиях к кандидату на вакантную должность, трудовых функциях, условиях труда;
- оказание поддержки выпускникам в выборе и получении работы, удовлетворяющей их потребностям и отвечающей их возможностям;
- обеспечение сотрудничества с органами государственной службы занятости и индивидуальными предпринимателями, организациями, выступающими в качестве потенциальных нанимателей.
- внедрение современных и эффективных методов организации системы трудоустройства молодых специалистов.

Приоритетными направлениями деятельности структурного подразделения учреждения образования могут стать: консультирование выпускников по вопросам личностного роста, развития компетенций в профессиональной деятельности, построения карьеры, проведение исследований и подготовка аналитической информации о состоянии и развитии рынка труда. Необходимо регулярно осуществлять проведение карьерных мероприятий по проблемам выбора и получения работы (мастер-классов, тренингов, деловых игр и др.). Структурному подразделению следует организовать взаимодействие с органами государственной службы занятости и нанимателями по вопросам трудоустройства и адаптации молодых специалистов, осуществлять внедрение инновационных форм трудоустройства молодых специалистов.

Деятельность структурного подразделения должна охватывать выпускников, имеющих затруднения в получении работы, в том числе по причине особенностей психофизического развития, инвалидности. Одни нуждаются в большом объеме практической помощи или длительной, постоянной поддержке на рабочем месте. Другие испытывают потребность дополнительной помощи в подготовке к собеседованию перед приемом на работу или в оснащении рабочего места стулом с регулируемым сидением для успешного трудоустройства. Следовательно, объем, виды оказываемой помощи и поддержки определяются исходя из индивидуальных характеристик выпускника.

Таким образом, осуществление социального партнерства между органами государственной службы занятости, нанимателями и учреждениями образования позволит обеспечить адресную подготовку специалистов в соответствии с их возможностями и потребностями экономики. Создание в учреждениях образования структурных подразделений по оказанию помощи и поддержки выпускникам в поиске и получении работы улучшит ситуацию с трудоустройством молодых специалистов, снизит уровень безработицы среди населения с инвалидностью, будет препятствовать нарастанию социальной напряженности в обществе.

Список литературы

1. Кодекс Республики Беларусь об образовании от 13 января 2011 г., №243-З; в ред. Закона Республики Беларусь от 04.01.2014 г. №126-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 15.01.2014, 2/2124.
2. Яковчук В.Н. Социальное партнерство в сфере труда. Минск: МИТСО, 2010. 127 с.
3. Социальное партнерство / Под ред. В.В. Андрейченко. СПб.: Алетейя, 2010. 396 с.

УДК 376

Малиновская Наталья Викторовна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА» В СИСТЕМЕ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБУЧЕНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Аннотация. В статье рассматривается актуальная проблема современного высшего образования, заключающаяся в нахождении путей способствующих созданию условий для эффективного инклюзивного обучения студентов с ограниченными возможностями. Одним из важных направлений является разработка программы, поиск и определение средств работы со студентами с ограниченными возможностями по дисциплине «Физическая культура». В статье рассмотрены правовые аспекты инклюзивного образования, определено содержание медико-практического и психолого-педагогического направлений программы дисциплины. Обозначены требования к профессиональному уровню преподавателей-тьюторов. В статье рассмотрены проблема осуществления процесса социализации и психологической адаптации студентов с ограниченными возможностями и вариант ее решения с помощью использования физкультурно-спортивных праздников, которые, являясь видом креативной телесно-ориентированной практики адаптивной физической культуры, способствуют реализации потенциальных коммуникативных возможностей, раскрывают его творческий и духовный мир.

Ключевые слова: инклюзивное образование, физическая культура, физкультурно-спортивные праздники, социализация, адаптация.

Malinovskaya Natalia, V.
Saint-Petersburg State Economic University

FEATURES OF REALIZATION OF THE PROGRAM ON DISCIPLINE “PHYSICAL CULTURE” IN THE SYSTEM OF INCLUSIVE EDUCATION IN VOCATIONAL EDUCATION

Abstract. The article deals with the actual problem of modern higher education, which is to find ways to contribute to the creation of conditions for effective inclusive education of students with disabilities. One of the important directions is the development of the program, search and determination of means of work with students with disabilities in the discipline “Physical culture”. The article considers the legal aspects of inclusive education, defines the content of medical-

practical and psychological-pedagogical directions of the discipline program. Requirements to the professional level of teachers-Tutors are designated. The article deals with the actual problem of the process of socialization and psychological adaptation of students with disabilities and the option of its solution through the use of sports holidays, which are a kind of creative body-oriented practice of adaptive physical culture, contribute to the realization of potential communication opportunities, reveal its creative and spiritual world.

Keywords: inclusive education, physical culture, sports holidays, socialization, adaptation.

В настоящее время одной из основных задач образовательных учреждений всех уровней, является формирование и поддержание здоровья подрастающего поколения и студенческой молодежи, которое достигается с помощью осуществления деятельности направленной на пропаганду основ здорового образа жизни, разработку и внедрение инновационных здоровьесберегающих технологий, использование новых разновидностей занятий физическими упражнениями и технических средств. Так, полагается, что создание благоприятных условий для систематических занятий физической культурой в детском возрасте, к периоду взросления, приведет к формированию у человека осознанной потребности в двигательной деятельности, систематическое осуществление которой, будет способствовать оздоровлению организма в целом, профилактике профессиональных заболеваний, снижению негативных воздействий окружающей среды.

В особую категорию выделяется направление, отвечающее за физическое развитие и осуществление полноценной, систематической двигательной деятельности людей с ограниченными возможностями. Это обусловлено тем, что физический и психический уровень здоровья человека с ограниченными возможностями требует тщательного индивидуального подхода с тщательной разработкой методики проведения физкультурных занятий и подбора средств физической культуры. Так как, воздействие физической активности, неадекватной состоянию здоровья человека, непродуманный выбор средств, могут причинить огромный вред организму человека с ограниченными возможностями.

Таким образом, для формирования физической культуры личности, у лиц с ограниченными возможностями, заключающейся в осуществлении двигательной деятельности, адекватной уровню физического здоровья, знанию и рациональном использовании средств физической культуры, на всех этапах учебной деятельности, необходимо создавать условия обеспечения инклюзивного образования.

Условиями обеспечения инклюзивного образования (обучения, воспитания, развития), указанными в «Законе об образовании», являются:

- использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования;
- предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую техническую помощь;
- проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий;
- обеспечение доступа в здания организаций, осуществляющих образовательную деятельность, и др. [2].

В высших учебных заведениях физическая культура является учебной дисциплиной, отвечающей за всестороннее развитие личности, которое подразумевает взаимосвязь с физическим развитием, совершенствованием функциональных систем организма человека и формированием духовных качеств, свойств личностных особенностей.

Организация занятий физической культурой начинается с обязательной диспансеризации студентов, по результатам которой, на основании заключения о состоянии здоровья, оценки функциональных возможностей организма и уровня физической подготовленности студента, происходит формирование медицинских групп здоровья – основная, подготовительная, специальная «А» (оздоровительная), специальная «Б» (реабилитационная) медицинские группы.

Соответственно, в высшем учебном заведении для студентов с ограниченными возможностями здоровья и студентов-инвалидов порядок освоения дисциплины «Физическая культура» организуется на основе теории и методики адаптивной физической культуры с применением технологий здоровьесбережения. Так, например, в теоретическую часть учебного плана включаются лекционные и семинарские занятия, на которых рассматриваются вопросы теории физической культуры, посвященные формированию основ здорового образа жизни и профилактике заболеваний.

В современный образовательный процесс активно внедряется система дистанционного обучения. Особенно актуально и необходимо это для студентов с ограниченными возможностями, и не только по профильным предметам, но и по дисциплине «Физическая культура».

Так, с целью обеспечения непрерывности учебного процесса студентам, по объективным причинам, связанным с основным заболеванием, не имеющим возможности регулярно посещать занятия по дисциплине «Физическая культура», все необходимые практико-методические материалы предоставляются в электронном варианте в виде файлов с лекциями, презентациями, тестами, с использованием компьютерных программ в режиме он-лайн. Это обеспечивает возможность осуществления индивидуального подхода к каждому студенту, облегчает восприятие информации и делает более интересным учебный процесс.

Практическая часть учебного плана представляет собой организацию подвижных занятий адаптивной физкультурой в специально оборудованных спортивных, тренажерных залах, в бассейне, на открытом воздухе, занятия по настольным, интеллектуальным видам спорта, под руководством специалистов (ассистентов, консультантов, преподавателей-тьюторов) [2].

Консультанты-тьюторы, в соответствии с требованиями образовательного стандарта, должны иметь педагогическое, психологическое и медицинское базовое образование, пройти переподготовку и повышение квалификации по вопросам организации занятий по адаптивной физической культуре в высшей школе.

В круг их функциональных обязанностей входит реализация методико-практического и психолого-педагогического направлений в рамках программы дисциплины «Физическая культура» для студентов с ограниченными возможностями здоровья и студентов-инвалидов.

Методико-практическое направление включает в себя деятельность по разработке и внедрению индивидуальных программ физической реабилитации в зависимости от специфики заболевания, на основе образовательных-реабилитационных технологий, включающих в себя разработку и реализацию методик, направленных на восстановление и развитие функций организма, полностью или частично утраченных студентом после болезни, травмы; методик по обучению новым способам и видам двигательной деятельности, направленных на развитие компенсаторных функций, в том числе и двигательных, при наличии врожденных патологий; методик по предупреждению прогрессирующего заболевания или физического состояния студента.

Важное значение имеет эффективное решение задач психолого-педагогического направления, которое включает в себя обеспечение психолого-педагогической помощи студентам с ограниченными возможностями здоровья.

Так, решения задачи формирования позитивного психоэмоционального настроения достигается путем использования на занятиях технологий психоэмоциональной релаксации, аутотренинга и саморегуляции.

Задачи интеграции лиц с ограниченными возможностями к конкретной социальной среде решаются с помощью внедрения технологий инклюзивной физической рекреации, которые способствуют активизации механизма коммуникативной психологической адаптации.

Так как вопрос социализации инвалидов с каждым годом становится все более важным, его актуальность и значение всё более возрастают. С одной стороны, расширяющаяся технологическая сеть помогает процессу обучения, а с другой стороны снижает возможность осуществления живого, непосредственного общения, снижая эффективность решения задач социально-коммуникативной направленности. Это обуславливает необходимость активного внедрения технологий на основе мэйнстриминга, сущность которого, предполагает включение студентов с ограниченными возможностями здоровья в совместную со здоровыми студентами физкультурно-рекреационную деятельность. Одним из видов такой деятельности являются процессы организации и проведения спортивно-массовых мероприятий, а именно, физкультурно-спортивных праздников и фестивалей.

Так, физкультурно-спортивные праздники, выступая как вид креативной (художественно-музыкальной) телесно-ориентированной практики адаптивной физической культуры, способствуют реализации возможностей организма и личности для полноценной жизни. Это выражается в создании условий для самопроявления и творчества, социальной активности и интеграции в общество, условий, способствующих преодолению замкнутого пространства, формированию психической защиты, созданию возможностей для общения, удовлетворения личных интересов, вкусов, желаний при выборе форм занятий, способов приобщения к занятиям различными видами адаптивной физической культуры. Что, оказывая совокупное влияние на личность, в результате приводит к формированию высокого уровня культурной самоактуализации лиц с ограниченными возможностями [1].

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что в настоящее время все большее внимание уделяется решению задач создания условий инклюзивного образования для студентов с ограниченными возможностями здоровья и студентов-

инвалидов в высшей школе. И, тем не менее, необходимо продолжать целенаправленную работу по обеспечению включения студентов в социум по всем направлениям системы образования. А инклюзивное образование по направлению «Физическая культура» является уникальной площадкой, способной благодаря своей широкой теоретико-методологической базе, основанной на философских, социологических, исторических, медицинских, биологических научных знаниях и опыте, создать благоприятные условия для успешной социализации студентов с ограниченными возможностями в обществе, способствовать их профессиональному становлению и конкурентоспособности как будущих специалистов.

Список литературы

1. *Малиновская Н.В.* Физкультурно-спортивный праздник как вид креативной (художественно-музыкальной) телесно-ориентированной практики АФК // Сб. материалов Всеросс. науч.-практ. конференции «Фитнесс и модернизация физкультурного образования и его роль оздоровлении населения России». СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2012. С. 108–111.
2. *Семикин Г.И., Мысина Г.А.* Организация занятий по физической культуре со студентами с ограниченными возможностями здоровья и студентами-инвалидами в вузе (опыт МГУ Им. Н.Э Баумана) // Живая психология. 2015. Т. 2. №1. С. 7–18.

УДК 376.1

Мюллер Наталья Владимировна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ОБ АДАПТАЦИИ ОСНОВНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ В СПБГЭУ

Аннотация. В статье рассмотрено действующее законодательство России по вопросам адаптации основных профессиональных образовательных программ для студентов с ограниченными возможностями здоровья. Показаны возможные способы адаптации программ и возможности применения этих способов в СПбГЭУ.

Ключевые слова: образование лиц с ограниченными возможностями здоровья, адаптация основных профессиональных образовательных программ.

Myuller Natalia, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE ADAPTATION OF THE BASIC PROFESSIONAL EDUCATIONAL PROGRAMS OF ST.-PETERSBURG STATE ECONOMIC UNIVERSITY

Abstract. The article considers the current legislation of Russia on the adaptation of basic professional educational programs for students with disabilities. Possible ways of adaptation of programs and possibilities of application of these methods in St.-Petersburg state economic university are shown.

Keywords: education of persons with disabilities, adaptation of basic professional educational programs.

С 1 января 2016 г. вступил в силу Федеральный закон от 1 декабря 2014 г. №419-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов» [1]. На основании этого закона только к концу 2016 г. принято 36 нормативных правовых актов Правительства России и федеральных министерств, а также 715 региональных законодательных актов о внесении изменений в отдельные региональные законы, регулирующие правоотношения по предоставлению населению услуг в различных сферах. Эти изменения обеспечили действие правовых механизмов для создания инвалидам равных со здоровыми людьми условий во многих сферах жизни, а также поэтапного создания для инвалидов безбарьерной среды.

Установлены системы контроля и надзора за соблюдением этих изменений в законодательстве. На федеральном уровне выполнение требований доступности для инвалидов в образовательных организациях осуществляет Рособрнадзор.

Изменения в законодательстве коснулись и требований, предъявляемых к педагогам. В профессиональном стандарте педагога профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования [2], вступившем в силу в 2017 г., необходимыми знаниями педагога являются знания «...особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей лиц с ограниченными возможностями здоровья (для обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья)».

Одним из необходимых умений педагога является умение «анализировать примерные (типовые) программы (при наличии), оценивать и выбирать учебники, учебные и учебно-методические пособия, электронные образовательные ресурсы и иные материалы, разрабатывать и обновлять рабочие программы, планы занятий (циклов занятий), оценочные средства и другие методические материалы по учебным предметам, курсам, дисциплинам (модулям) среднего профессионального образования ... с учетом: ... возрастных и индивидуальных особенностей обучающихся (для обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья – также с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей)» [2].

Для организации учебного процесса в образовательной организации важным документом являются «Требования к организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в профессиональных образовательных организациях, в том числе оснащенности образовательного процесса» [3], а также «Методические рекомендации по разработке и реализации адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования» [4].

Среди требований, перечисленных в данном документе, имеются требования по адаптации образовательных программ и учебно-методическому обеспечению образовательного процесса для инвалидов и студентов с ОВЗ.

Основной целью разработки АООП является создание условий для образования инвалидов и лиц с ОВЗ – обеспечение равного доступа к образованию этой категории обучающихся с учетом разнообразия особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей.

Адаптированная основная профессиональная образовательная программа должна обеспечивать достижение обучающимися инвалидами и обучающимися с ограниченными возможностями здоровья результатов, установленных соответствующими федеральными государственными образовательными стандартами.

Необходимо сделать одно важное замечание, вытекающее из указанных выше документов. Адаптация программ в вузе касается не содержания обучения, а создания условий для их усвоения.

Адаптация основных профессиональных образовательных программ для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья достигается одним, несколькими, или одновременно всеми перечисленными в табл. 1 способами. Однако не все способы адаптации легко реализуемы, что тоже показано в табл. 1.

Из табл. 1 видно, что в свете современных требований особенную роль в образовании приобретают дистанционные образовательные технологии (далее – ДОТ).

Применение дистанционных образовательных технологий важно и при организации учебных, а также производственных практик.

Выбор мест прохождения практик для обучающихся инвалидов и обучающихся в ОВЗ должен осуществляться с учетом их доступности для данных обучающихся, а также с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы относительно рекомендованных условий и видов труда, отраженных в индивидуальной программе реабилитации инвалида.

Эти требования устанавливаются федеральными государственными образовательными стандартами ФГОС ВО и методическими рекомендациями для экспертов, участвующих в мероприятиях по государственному контролю (надзору), лицензионному контролю по вопросам организации инклюзивного образования и создания специальных условий для получения среднего профессионального образования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья [6].

Исходя из опыта обучения студентов-инвалидов, необходимо отметить, что найти места практик для некоторых категорий студентов-инвалидов является сложной задачей. Особенно это касается студентов-инвалидов, испытывающих затруднения при передвижении. При этом ФГОС ВО, например, позволяет учебную и (или) производственную практику проводить в структурных подразделениях организации. Однако в условиях отсутствия безбарьерной среды это требование может оказаться невыполнимым.

Чтобы не возникала такая ситуация, встает задача разработки на базе университета учебной (и производственной) адаптационной практики.

Таблица 1

Способы адаптации АООП и возможности их применения в СПбГЭУ

Способы адаптации АООП	Возможности применения способа в СПбГЭУ
Увеличение срока обучения в соответствии с ФГОС СПО или ФГОС ВО	Возможно при использовании индивидуального учебного плана. Нежелательно по ряду причин
Использование имеющейся в образовательном учреждении доступной среды – установление места проведения занятий групп, в которых имеются студенты-инвалиды и студенты с ОВЗ в аудиториях и корпусах, оборудованных с учётом особенной данной категории обучающихся	Сложно из-за неприспособленности зданий и отсутствия специальных технических средств
Включение специализированных адаптационных дисциплин в вариативную часть основных профессиональных образовательных программ	Не всегда позволяет учебный план
Адаптация обычных дисциплин учебного плана для изучения для инвалидов и лицами с ОВЗ за счет применения средств и методов обучения, учитывающих особенности обучающихся, предусматривающих поступление учебной информации посредством: <ul style="list-style-type: none"> • слуха и осязания – аудиально-кинестетических; • зрения и осязания – визуально-кинестетических; • зрения и слуха – аудио-визуальных; • зрения, слуха и осязания – аудио-визуально-кинестетических 	Необходима всегда. Обеспечивается преподавателями учебных дисциплин
Адаптация печатных и электронных образовательных ресурсов к ограничению здоровья, либо замену альтернативным эквивалентом при невозможности использовать исходный ресурс	Желательна, т.к. электронный ресурс в адаптированных формах (увеличенном формате, с аудио сопровождением и др., является возможным для использования обучающимися с любыми ограничениями здоровья). Обеспечивается при использовании дистанционных образовательных технологий (ДОТ) и электронного обучения (ЭО)
В статье 15 «Обеспечение беспрепятственного доступа инвалидов к объектам социальной, инженерной и транспортной инфраструктур» Федерального закона «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» [5], сказано: «В случаях, если существующие объекты социальной, инженерной и транспортной инфраструктур невозможно полностью приспособить с учетом потребностей инвалидов, собственники этих объектов до их реконструкции или капитального ремонта должны ... обеспечить предоставление необходимых услуг по месту жительства инвалида или в дистанционном режиме»	Использование в процессе обучения ДОТ и ЭО: <ul style="list-style-type: none"> • реализации не менее 30% вариативных дисциплин с использованием СДО Moodle, возможность подключения к ресурсу в любое время, из любого места, где есть выход в Интернет (в соответствии с требованиями ФГОС ВО); • широкое использование СДО Moodle для дисциплин базовой части ОПОП; • on-line подключение студента к занятиям с использованием Adobe Connect или других программно-технических средств, обеспечивающих проведение занятия в режиме вебинара и обратную связь со студентом в процессе проведения занятия

Практика может быть реализована в двух вариантах:

1. По каждой специальности/направлению ответственное структурное подразделение создает свой блок заданий. Но при этом у студента не создается целостной картины работы организации.

Возможности реализации практики в рамках отдельных заданий имеются. В частности, недавно вышел «Сборник практических заданий и рекомендаций по их выполнению в рамках учебной практики, адаптационной для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья». Учебное пособие содержит практические задания для организации учебной практики в соответствии с требованиями ФГОС ВО на базе образовательного учреждения для студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья [7]. Для специальностей/направлений СПО также необходима подготовка таких изданий.

2. Совместная сквозная задача, имитирующая деятельность реального предприятия, для всех кафедр, где каждая кафедра наполняет свой блок (в той части, где учебная практика по разным направлениям и специальностям направлена на формирование, закрепление, развитие общих практических навыков и компетенций в различных видах работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью). Примером сквозной задачи является курс в системе дистанционного обучения Moodle: «Виртуальные учебные фирмы – практика предпринимательской деятельности», который используется для студентов, обучающихся по укрупненной группе специальностей и направлений 38.00.00 «Экономика и управление» (квалификация – бакалавр). Курс может быть использован и для обучающихся по программам СПО.

Список литературы

1. Федеральный закон от 01.12.2014 №419-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов».
2. Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 8 сентября 2015 г. №608н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования».
3. Письмо Минобрнауки России от 18.03.2014 №06-281 «О направлении Требований» (вместе с «Требованиями к организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в профессиональных образовательных организациях, в том числе оснащенности образовательного процесса», утв. Минобрнауки России 26.12.2013 №06-2412вн).
4. Письмо Минобрнауки России от 22.04.2015 №06-443 «О направлении Методических рекомендаций» (вместе с «Методическими рекомендациями по разработке и реализации адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования», утв. Минобрнауки России 20.04.2015 №06-830вн).
5. Федеральный закон от 24.11.1995 №181-ФЗ (ред. от 29.12.2017) «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации».
6. Письмо Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки РФ от 14.11.2016 №05-616 «Об утверждении методических рекомендаций для экспертов, участвующих в мероприятиях по государственному контролю (надзору), лицензионному контролю по вопросам организации инклюзивного образования и создания специальных условий для получения среднего профессионального образования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья».

7. Сборник практических заданий и рекомендаций по их выполнению в рамках учебной практики, адаптационной для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья: Учеб. пособие. В 2-х ч. Ч. 1 / Под ред. Н.В. Мюллер, Л.А. Миэринь. СПб.: СПбГЭУ, 2017. 183 с.

УДК 378.1

Овсипян Марина Владимировна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ИНКЛЮЗИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Аннотация. Статья посвящена вопросам реализации государственной программы «Доступная среда», которая предполагает обеспечение людям с ограниченными возможностями доступа к услугам, которыми пользуются здоровые люди. Образование – одна из таких услуг. Получить профессиональное образование инвалиду сложно: существует ряд трудностей. Учебное заведение должно обеспечить специальные условия для учащихся с различными нарушениями здоровья. Кроме того, что технические вопросы не везде решены, есть трудности, связанные с отсутствием навыков у педагогов, которые должны обучать инвалидов. Образование должно быть всеобщим – инвалид не является исключением из правила. Предстоит долгий путь, прежде чем это утверждение станет обычной практикой в нашей стране. Не только общество должно измениться, но и профессиональное мышление педагогов.

Ключевые слова: инклюзия, образование, доступная среда, обучение.

Ovsipyany Marina, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

INCLUSIVE TRAINING AT THE PRESENT STAGE

Abstract. The article is devoted to the implementation of the state program “Affordable Environment”, which involves providing people with disabilities with access to services that are used by healthy people. Education is one such service. To get a professional education for a disabled person is difficult: there are a number of difficulties. The educational institution should provide special conditions for students with various health problems. In addition to the fact that technical issues are not always resolved, there are difficulties related to the lack of skills of teachers who must train disabled people. Education must be universal – an invalid is not an exception to the rule. There is a long way to go before this statement becomes a common practice in our country. Not only should society change, but also the professional thinking of teachers.

Keywords: inclusion, education, accessible environment, training.

В 2016 году вступил в силу Федеральный закон от 01.12.2014 №419-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией международной Конвенции о правах инвалидов». Для создания благоприятных условий лиц с ограниченными возможностями принято множество нормативно-правовых актов Правительства РФ.

Определен порядок обеспечения доступности объектов, услуг и оказания помощи инвалидам во всех сферах их жизнедеятельности. Утверждены «дорожные карты» поэтапного создания безбарьерной среды для инвалидов на федеральном, региональном и муниципальном уровнях. Внесены необходимые изменения в административные регламенты предоставления населению государственных услуг [3, с. 1].

Постановлением Правительства РФ от 01.12. 2015 №1297 утверждена государственная программа «Доступная среда» на 2011–2020 годы. Программа направлена на создание правовых, экономических и институциональных условий, способствующих интеграции инвалидов в общество и повышению уровня их жизни. Одной из задач программы является совершенствование системы профессионального образования и занятости инвалидов [4, с. 1].

Подпрограмма 1 «Обеспечение условий доступности приоритетных объектов и услуг в приоритетных сферах жизнедеятельности инвалидов и других маломобильных групп населения», наряду с другими целевыми индикаторами включает такой показатель, как «Удельный вес числа профессиональных образовательных организаций и образовательных организаций высшего образования, здания которых приспособлены для обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья».

Подпрограмма 2 «Совершенствование системы комплексной реабилитации и абилитации инвалидов» включает такие целевые индикаторы, как «Доля инвалидов, принятых на обучение по программам бакалавриата и специалитета (по отношению к предыдущему году)»; «Доля выпускников-инвалидов».

Решение вопросов формирования доступной среды и системы комплексной реабилитации и абилитации инвалидов, в том числе детей-инвалидов, определяется как приоритетное направление государственной политики.

В РФ по состоянию на 2017 год насчитывается более 12 млн. инвалидов. Это почти 9% населения. Наибольший процент зарегистрирован в Белгородской, Ленинградской, Московской, Рязанской областях и в Чеченской Республике. Детей-инвалидов около 600 тыс. чел. (эксперты считают, что цифры занижены: на самом деле их около 3 млн. чел). 12% несовершеннолетних граждан с ограниченными возможностями проживают в специализированных интернатах.

По разным оценкам, в мире к инвалидам относятся более 1 млрд. чел. (это 13,7% от всего населения планеты). Каждый год этот показатель увеличивается. К причинам можно отнести прогресс в медицине и повышение продолжительности жизни. 80% молодых инвалидов (в том числе детей) проживают в развивающихся странах.

В странах с высоким уровнем жизни процент инвалидности высок за счет большого количества недееспособных пенсионеров. Так, в Финляндии доля инвалидов составляет 32,2% от численности населения страны, в Великобритании – 27,2%, в Нидерландах – 25,4%.

Среди трудоспособного населения планеты почти 400 млн. чел. – инвалиды, из которых 80% являются безработными. Так, в Индии – 70 млн. чел. инвалидов, из них только 0,1% смогли устроиться на работу. Инвалидам сложно найти даже самую неквалифицированную работу.

В РФ, например, трудоустроено только 10% инвалидов, в США – 35%, в Англии – 40%, в Китае – 80%.

Чтобы жизнь инвалидов в РФ была полноценной, у них должен быть доступ к образованию. Помимо технических вопросов, таких как обеспечение зданий пандусами и пр., есть специальные вопросы, связанные с неготовностью педагогов обычных ВУЗов к работе с инвалидами по индивидуальным программам, поскольку такой практики в большинстве ВУЗов нет.

По мнению Алехиной С.В., «несоответствие категории «ограниченные возможности здоровья» социальной модели инклюзии рождает методологический конфликт и противоречия в профессиональном мышлении педагогов. Вопрос более широкого взгляда на инклюзивность образовательной практики требует обсуждения в педагогической среде. Инклюзивная практика рождает много сомнений и страхов педагогов, вопрос профессиональной готовности к инклюзии остается горячо обсуждаемым» [1, с. 6].

Согласно ФЗ №125 «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» основные образовательные программы высшего профессионального образования могут осваиваться в различных формах: очной, вечерней, заочной, в форме экстерната. Допускается сочетание различных форм получения высшего профессионального образования.

Инвалиды I и II групп, дети-инвалиды до 18 лет, которым не противопоказано обучение в высших учебных заведениях (по индивидуальной программе реабилитации), вне конкурса зачисляются в ВУЗ. Студентам-инвалидам I и II групп, кроме академической, назначается социальная стипендия.

В основе инклюзивного образования находится принцип, согласно которому все дети, насколько это возможно, должны учиться вместе, независимо от существующих между ними различий. Системы образования не должны рассматривать инвалидов как проблему, нуждающуюся в решении. Необходимо позитивно реагировать на многообразие учащихся и видеть в их индивидуальных особенностях возможность для обогащения процесса получения знаний всеми [2, с. 3].

Необходимо также использовать опыт передовых российских ВУЗов: например, МГТУ имени Баумана работает со студентами-инвалидами еще с 30-х годов прошлого века. Абитуриенты-инвалиды по слуху имеют возможность учиться или по специальной образовательно-реабилитационной программе, или по обычной образовательной программе. Если абитуриент выбирает специальную программу, то для него создается индивидуальный пакет реабилитационных услуг из 86 возможных позиций, в который входят адаптированные компьютерные аудитории, комплекс диагностики слухопротезирования, слуховые аппараты, индивидуальные и коллективные FM-передатчики, сурдоперевод, записывание лекций, тьюторинг и др.

Чтобы обеспечить все категории инвалидов возможностью обучаться по специальным программам, нужны не только технические средства и финансовые возможности, но и стремление педагогов расширять свои профессиональные компетенции, осваивать новые образовательные технологии.

Список литературы

1. Алехина С.В. Современные тенденции развития инклюзивного образования в России // Развитие современного образования: теория, методика и практика. 2015. №3(5).
2. Анисимова Е.В., Трофимова М.С. Право лиц с ограниченными возможностями здоровья (инвалидов) на образование // Научное сообщество студентов: Междисциплинар-

ные исследования: Сб. ст. по матер. I междунар. студ. науч.-практ. конф. №1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://sibac.info/sites/default/files/files/06_12_12/06.12.2011.pdf (дата обращения: 30.01.2018)

3. Минтруд России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosmintrud.ru/social/invalid-defence/354> (дата обращения: 29.01.2018).

4. Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://gov.spb.ru/gov/terr/reg_kalinin/dostupnaya-sreda/ (дата обращения: 29.01.2018).

УДК 376

Радутто Владимир Иванович
Федеральный научный центр
реабилитации инвалидов
им. Г.А. Альбрехта
Минтруда России, Санкт-Петербург
Рочева Яна Сергеевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБУЧЕНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Аннотация. В статье перечислены основные нормативно-правовые документы, принятые в сфере профессионального образования, которые позволяют определить основные направления организации инклюзивного обучения. Представлены некоторые данные государственного статистического наблюдения и исследований, позволяющие оценить возможности инвалидов получения профессионального образования.

Ключевые слова: инвалиды, инклюзивное образование, право на образование, правовые основы образования.

Raduto Vladimir, I.
Federal Scientific Center of Rehabilitation
of the Disabled Persons
named after G.A. Albrekht,
Saint-Petersburg

Rocheva Yana, S.
Saint-Petersburg State University of Economics

LEGAL FOUNDATIONS OF THE ORGANIZATION OF INCLUSIVE TRAINING IN PROFESSIONAL EDUCATION

Abstract. This article considers the main normative legal documents adopted in the field of professional education, which allow defining the main directions of the organization of inclusive

education. Some data of the state statistic and researches allowing to estimate possibilities of disabled people in professional education.

Keywords: invalids, inclusive education, the right to education, the legal foundations of education.

В настоящее время все с большей уверенностью можно сказать, что для инвалидов нашей страны создаются условия для инклюзивного образования на всех его уровнях. Создана и продолжает модернизироваться нормативно-правовая база, скорректирована система государственно статистического наблюдения, провозятся крупные исследования, реализуются современные методики обучения и многое другое [3; 19].

Своеобразной точкой отсчета социальных изменений для инвалидов можно считать 2012 год, когда были приняты базовые нормативные документы в РФ, в связи с ратификацией нашей страной Конвенции о правах инвалидов (далее Конвенция) [2]. В первую очередь речь идет о Федеральной государственной программе «Доступная среда на 2011–2020 годы» и принятии Федерального закона от 1 декабря 2014 года №419-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов» [1; 18]. Благодаря этим нормативным актам для инвалидов во всех сферах общественной жизни, в том числе и образовании, наметились значимые изменения, расширяющие возможности инклюзивного обучения.

Отметим, что в Российской Федерации нет законодательных ограничений и препятствий для получения какого-либо образования инвалидами, однако на практике существует достаточно широкий перечень социальных проблем, которые требуют отдельного изучения.

Изменения коснулись и Федерального закона «Об образовании». В его новую редакцию 2012 года были внесены ряд необходимых корректировок в соответствии с положениями Конвенции. А именно, были обозначены направления предстоящей работы в сфере образования: это создание необходимых условий для получения инвалидами без дискриминации и на протяжении всей жизни качественного образования, оказания ранней коррекционной помощи на основе специальных педагогических подходов и наиболее подходящих для них языков, методов и способов общения, а также условий, в максимальной степени способствующих получению инвалидами образования избранного уровня и направленности, их социальному развитию, реализации творческого потенциала, в том числе посредством организации инклюзивного образования (ст. 3, 5, 13, 16, 44, 79 ФЗ «Об образовании»).

Дополнительные изменения связаны с разработкой дифференцированных образовательных стандартов (для глухих, слабослышащих, позднооглохших, слепых, слабовидящих, с тяжелыми нарушениями речи, нарушениями опорно-двигательного аппарата, задержкой психического развития, умственной отсталостью и с расстройствами аутистического спектра) и адаптированных образовательных программ (реализующихся как совместно с другими обучающимися (то есть в инклюзивном режиме), так и в отдельных группах, классах или орга-

низациях, а также на дому); подготовка педагогических работников в целях владения ими необходимыми для работы с инвалидами специальными педагогическими подходами и методами обучения и воспитания и создание универсальной безбарьерной среды [16, с. 45–46].

В сфере профессионального образования начиная с 2012 года проводятся мероприятия по подготовке конкурентно способных специалистов по профилям начального и среднего профобразования. В целях адаптации образовательного процесса в данных учебных заведениях к положениям Конвенции утвержден порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» [11]. Большой комплекс мер направлен на обеспечение доступности профессиональных образовательных организаций высшего и среднего образования. Речь идет об утверждении требований к обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в учреждениях профессионального образования, в том числе к оснащенности образовательного процесса и разработки образовательных стандартов профессионального образования для инвалидов [6].

Дополнительные меры направлены на обеспечение доступности образовательных услуг для инвалидов (с учетом их образовательных потребностей), а именно, изменения касались порядка организации образовательной деятельности по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, порядка проведения производственной практики, государственной итоговой аттестации и других вопросов [16, с. 46].

В 2018 году можно отметить, что заложенные направления работы находят реализацию в государственных программах, федеральных целевых программах, отдельных постановлениях и распоряжениях профильных ведомств в первую очередь Министерства образования РФ.

В сфере профессионального образования, в рамках реализации государственной программы Российской Федерации «Развитие образования на 2013–2020 годы», осуществляются подготовка и повышение квалификации педагогических, медицинских работников и вспомогательного персонала для сопровождения обучения детей-инвалидов, инвалидов, обеспечивается развитие сетевого взаимодействия образовательных организаций, обеспечивающих совместное обучение детей с ограниченными возможностями здоровья, осуществляется методическое обеспечение реализации дистанционных общеобразовательных программ для детей-инвалидов [9].

Согласно отчету в 2015 году в образовательных организациях высшего образования реализуется 315 образовательных программ высшего образования, по которым обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ), адаптированными для обучения инвалидов, что на 40% больше относительно 2014 года. В 2015 году по программам, адаптированным для инвалидов и лиц с ОВЗ, обучалось 4,6 тыс. человек – 29,5% от общего числа обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ по программам высшего образования [15, с. 29].

В настоящее время Минобрнауки России подготовлен и реализуется Межведомственный комплексный план по вопросам организации инклюзивного профессионального образования и создания специальных условий для полу-

чения инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья на период 2016–2018 гг., который предусматривает большой перечень мероприятий в частности создание сети ресурсных учебно-методических центров по обучению инвалидов и лиц с ОВЗ на базе образовательных организаций высшего образования, создание в субъектах Российской Федерации базовых профессиональных образовательных организаций, обеспечивающих поддержку региональных систем инклюзивного среднего профессионального образования, разработку методических рекомендаций по организации инклюзивного образования, мониторинг деятельности профессиональных образовательных организаций и образовательных организаций высшего образования по вопросам приема инвалидов, обучения студентов с инвалидностью и обеспечения для студентов с инвалидностью специальных условий для получения образования, трудоустройства лиц с инвалидностью и ОВЗ, разработку требований к условиям получения высшего образования лицами с инвалидностью и ОВЗ с учетом различных нозологических групп и другие направления работы [5].

В рамках реализации Федеральной целевой программы, развития образования на 2016–2020 годы, приняты и используются современные программы обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья для среднего и высшего профессионального образования [8].

Все эти меры направлены на увеличение численности студентов-инвалидов профессиональных образовательных организаций. Данный аспект заложен в результаты реализации подпрограммы 2 «Совершенствование системы комплексной реабилитации и абилитации инвалидов» государственной программы Российской Федерации «Доступная среда» на 2011–2020 годы [1], согласно которой планируется увеличение доли инвалидов, принятых на обучение по программам бакалавриата и специалитета (по отношению к предыдущему году) (до 107% к 2020 году) и увеличение доли инвалидов, принятых на обучение по программам среднего профессионального образования, по отношению к предыдущему году (до 107% к 2020 году).

В настоящее время численность принятых студентов в профессиональные образовательные организации среднего профессионального образования с 2012–2017 годы увеличилась на 60,1%, по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры – на 22,9%.

Большая работа ведется для обеспечения «разумного приспособления» в терминах Конвенции, то есть организации доступности образовательных учреждений. Так, Минобрнауки России утвердило «Порядок обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», требования к организации и оснащенности образовательного процесса, и другие [10; 11; 12; 13]. Дополнительно ведется работа по расширению возможностей получения дистанционного и онлайн обучения, и другие направления работы [14].

По данным государственного статистического наблюдения в сфере профессионального образования можно отметить следующие тенденции. Численность детей-инвалидов, инвалидов обучающихся в государственных (муниципальных) образовательных учреждениях профессиональных образовательных

организаций увеличивается в период с 2012–2017 гг. Согласно данным Росстата, их рост в профессиональных образовательных организациях, обучающихся по программам подготовки специалистов среднего профессионального образования (до 2016 года – численность студентов специалистов среднего звена; с 2016 года в эту численность входят студенты, обучающиеся по программам подготовки квалифицированных рабочих) составил 16,0%, по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры – 15,0% [4].

Удельный вес студентов-инвалидов в высших учебных заведениях крайне мал. Так, доля студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, обучающихся по программам подготовки специалистов среднего звена, в общей численности обучающихся в данных организациях была в 2014/2015 уч. г. – 0,68%, в 2016/2017 уч. г. – 0,75%, в 2017/2018 уч. г. – 0,8%. Доля студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, в общей численности обучающихся в данных организациях в 2014/2015 уч. г. – 0,38%, в 2015/2016 г. – 0,41%, в 2016/2017 г. – 0,44%, в 2017/2018 гг. – 0,5% [4]. Полученные сведения иллюстрируют рост инклюзии инвалидов в профессиональные образовательные организации.

Согласно отчету ежегодного мониторинга деятельности профессиональных образовательных организаций и образовательных организаций высшего образования по вопросам приема инвалидов, обучения студентов с инвалидностью и обеспечения для студентов с инвалидностью специальных условий для получения образования, трудоустройства лиц с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья (далее – мониторинг инклюзивного образования) были представлены первые результаты, по среднему профессиональному образованию, позволяющие описать структуру инклюзии более подробно [5]. Так, в 2017/2018 учебном году среди обучающихся по программам СПО лиц с ограниченными возможностями и инвалидов наибольшее число студентов с другими видами нарушений здоровья (соматическими заболеваниями) (55%) и нарушениями опорно-двигательного аппарата (19,4%), студентов-инвалидов имеют нарушения слуха (13,5%), имеют нарушения зрения (10,5%), – множественные нарушения (1,6%). Большинство обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ учится в общих учебных группах (83,8%), обучение в отдельных группах организовано для 11,1% обучающихся [7, с. 7].

Всего инвалиды и лица с ОВЗ обучаются по 340 образовательным программам СПО (на 20 больше, чем в 2016 г.), в том числе 129 программам подготовки квалифицированных рабочих, служащих (2016 год – 121) и 211 программам подготовки специалистов среднего звена (2016 год – 199) [7, с. 9].

Доля трудоустроенных и/или продолживших профессиональное образование выпускников с инвалидностью и ОВЗ по программам СПО составляет 72,7% [7, с. 11].

Положительная динамика наблюдается также в формировании доступной среды для обучающихся с различными видами нарушений здоровья. Наличие необходимой доступной среды для лиц с нарушениями опорно-двигательного

аппарата указали 24,8% образовательных организаций, для лиц с нарушениями зрения – 30,3%, для лиц с нарушениями слуха – 27,1% [7, с. 15].

К сожалению, имеющиеся данные не позволяют получить более подробную информацию об инклюзивном обучении в профессиональных образовательных организациях. В связи с этим, возрастает роль социологических исследований, которые позволяют определить перечень социальных проблем, с которыми сталкиваются инвалиды, дети инвалиды в образовательных организациях. В настоящее время они, безусловно проводятся, а их выводы требуют отдельного изучения.

Инклюзивное образование – это выбор прогрессивного, гуманного человечества, который требует колоссальных усилий по нескольким направлениям, которые хорошо были отмечены на I международном симпозиуме посвященном проблемам инклюзивного образования, который проходил с 8 по 11 января 2017 года в Китае, организованный Институтом специального образования Пекинского педагогического университета. Первый вывод – это дискуссионность вопроса и отсутствие единой позиции в отношении инклюзивного образования. Второй – необходимость консолидироваться в этой сфере, и третий – понимание необходимости специальной подготовки педагогических кадров и разработки новых учебных планов, учитывающих многообразие обучающихся [17, с. 190]. К этому следует добавить расширение доступности и создание безбарьерной среды, создание специальных приспособлений и оборудования для обучения, организацию транспорта для доставки инвалидов к месту учебы и другие важные вопросы. Остается открытым вопрос об организации обучения инвалидов, проживающих удаленно от учебных заведений и малых городах и в сельской местности. Отдельно стоит проблема финансового благополучия семей, которые чаще всего, испытывают дополнительные трудности, что может повлиять на качество обучения. И самая главная проблема состоит в том, что получение профессионального образования не гарантирует возможностей трудоустройства инвалида, в том числе и по специальности.

Список литературы

1. Государственная программа Российской Федерации «Доступная среда» на 2011–2020 годы: Постановление Правительства РФ от 01.12.2015 №1297 (ред. от 01.02.2018) // Собрание законодательства РФ. 07.12.2015. №49. Ст. 6987.
2. Конвенция о правах инвалидов (принятая Резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН от 13 декабря 2006 г. №61/106) // Собрание законодательства РФ. 11.02.2013. №6. Ст. 468.
3. Кудрявцев В.А., Кашианова С.Н. Мониторинг условий реализации инклюзивного высшего образования в вузах РФ // Вестник Минского университета 2016. №3.
4. Материалы Росстата. Положение инвалидов. Образование. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/disabilities/# (дата обращения: 16.02.2018).
5. Межведомственный комплексный план мероприятий по обеспечению доступности профессионального образования для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на 2016–2018 годы: Утв. правительством от 23.05.2016 №3467п-П8.
6. Методические рекомендации по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса. Утв. 8 апреля 2014 г. №АК-44/05.

7. Мониторинг деятельности профессиональных образовательных организаций по вопросам приема инвалидов, обучения студентов с инвалидностью и обеспечения для студентов с инвалидностью специальных условий для получения образования, трудоустройства лиц с инвалидностью и ОВЗ в 2017 году [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://минобрнауки.рф/документы/11859> (дата обращения: 16.02.2018).

8. О внесении изменений в Федеральную целевую программу развития образования на 2016–2020 годы: Постановление Правительства РФ от 22.11.2017 №1406 // Собрание законодательства РФ. 27.11.2017. №48. Ст. 7230

9. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие образования»: Постановление Правительства РФ от 26.12.2017 №1642 // Собрание законодательства РФ. 01.01.2018. №1. Ч. II. Ст. 375.

10. Об утверждении порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи: Приказ Минобрнауки России от 9.11.2015 №1309 // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. №4. 25.01.2016.

11. Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования: Приказ Минобрнауки России от 14.06.2013 №464 // Собрание законодательства. Минюст России. 30.07.2013. №29200.

12. Об утверждении порядка приема на обучение по образовательным программам высшего образования – программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре: Приказ Минобрнауки России от 12.01.2017 №13 // Минюст России. 03.03.2017. №45843.

13. Об утверждении порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения и дистанционных образовательных технологий: Приказ Минобрнауки России от 23.08.2017 №816 // Минюст России. 18.09.2017. №48226.

14. Об утверждении правил предоставления грантов в форме субсидий из федерального бюджета федеральным государственным образовательным организациям высшего образования: Постановление Правительства Российской Федерации от 18.06.2017 №723 // Собрание законодательства РФ. 26.06.2017. №26. Ч. I. Ст. 3848.

15. Отчет о ходе реализации и оценке эффективности государственной программы Российской Федерации «Развитие образования» на 2013–2020 годы в 2015 году. С. 29. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://минобрнауки.рф/документы/8257> (дата обращения: 21.02.2018).

16. Первоначальный доклад Российской Федерации о выполнении Конвенции о правах инвалидов «О мерах, принятых для осуществления обязательств по Конвенции о правах инвалидов, и о прогрессе, достигнутом в соблюдении прав инвалидов в течение двух лет после ее вступления в силу для Российской Федерации. М., 2014. С. 45–46. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosmintrud.ru/docs/mintrud/handicapped/74> (дата обращения: 05.02.2018).

17. *Тюрина Н.Ш.* Инклюзивное образование в мире (обзор выступлений первого международного симпозиума по инклюзивному образованию // Проблемы современного педагогического образования. 2017. №55-10. С. 181–190.

18. Федеральный закон от 01.12. 2014 №419-ФЗ (ред. 29.12.2015) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов» // Собрание законодательства РФ. 08.12.2014. №49. Ч. VI. Ст. 6928.

19. *Чадова Т.А.* Профессиональное образование инвалидов в Москве: возможности и барьеры // Социологические исследования. 2013. №9. С. 69–79.

УДК 376

Романенкова Дарья Феликсовна
Челябинский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ СОДЕЙСТВИЯ ТРУДОУСТРОЙСТВУ ВЫПУСКНИКОВ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ, ПОЛУЧИВШИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Аннотация. Статья посвящена вопросам содействия трудоустройству выпускников, получивших профессиональное образование. Проанализирован уровень занятости лиц с инвалидностью, в том числе выпускников вузов и колледжей. Рассмотрены дополнительные меры, реализуемые в субъектах РФ, для трудоустройства лиц с инвалидностью молодого возраста. Несмотря на принимаемые меры, существенная доля выпускников не мотивирована на трудоустройство. Выпускники с инвалидностью, получившие профессиональное образование, должны выделяться как отдельная особая категория нуждающихся в трудоустройстве, для которой необходимо применение своих форм и методов работы. В этой работе существенна роль образовательных организаций профессионального образования, которые организации должны заниматься повышением мотивации к трудоустройству у выпускников с инвалидностью и подготовкой их к работе в реальном секторе экономики. Одной из важнейших задач обучения инвалидов должна стать задача обеспечения их профессиональной социализации. В статье предложены формы такой работы: адаптационные или факультативные учебные дисциплины, мастер-классы и тренинги, взаимодействие с органами занятости населения, формирование индивидуальных планов поиска работы, организация специализированных ярмарок вакансий, расширение конкурсов профессионального мастерства, помощь в адаптации на рабочем месте, сопровождение карьеры и др.

Ключевые слова: инвалиды, содействие трудоустройству, профессиональное образование, инклюзивное обучение.

Romanenkova Darya, F.
Chelyabinsk State University

PECULIARITIES OF PROMOTING EMPLOYMENT FOR GRADUATES WITH DISABILITIES, OBTAINED PROFESSIONAL EDUCATION

Abstract. The article is devoted to the issues of assistance to employment of graduates who have received professional education. The level of employment of persons with disabilities, including graduates of universities and colleges, has been analyzed. Considered are additional measures implemented in the constituent entities of the Russian Federation for the employment of persons with a disability of a young age. Despite the measures taken, a significant percentage of graduates are not motivated to work. Graduates with disabilities who received a professional education should be allocated as a separate special category for those who need employment, for which it is necessary to apply their forms and methods of work. In this work, the role of educational organizations of vocational education is important, which organizations should engage in increasing the motivation for employment of graduates with disabilities and preparing them for work in the real sector of the economy. One of the most important tasks of educating people with disabilities should be the task of ensuring their professional socialization. The article suggests the forms of such work: adaptive or elective educational disciplines, master classes and trainings, interaction with

employment agencies of the population, the formation of individual job search plans, the organization of specialized job fairs, the expansion of professional skills competitions, assistance in adapting in the workplace, career support and others.

Keywords: people with disabilities, job placement assistance, vocational education, inclusive education.

Трудоустройство выпускников с инвалидностью, получивших профессиональное образование, является важной задачей социально ориентированной государственной политики. В последние годы все больше молодых людей с инвалидностью получают среднее профессиональное и высшее образование, однако не все из них по различным причинам могут трудоустроиться и работать по полученной профессии или специальности. Значимой проблемой является также проблема закрепления инвалидов на рабочих местах.

По данным федерального реестра инвалидов, занятость среди инвалидов трудоспособного возраста в 2017 году составила около 26% [4]. По данным мониторингов Минобрнауки России, для выпускников с инвалидностью, получивших профессиональное образование, доля трудоустроенных в течение года после выпуска составляет 50–60%. Однако не все, кто потенциально способен трудоустроиться, могут это сделать.

Результаты мониторинга, проведенного органами службы занятости субъектов Российской Федерации в 2016 году, направленного на выявление потребности инвалидов трудоспособного возраста в трудоустройстве, показали, что значительная доля опрошенных – 62,3% нуждаются в трудоустройстве, а 8,4% хотели бы сменить работу [1].

В последнее время вопросам трудоустройства инвалидов много внимания уделяется в субъектах РФ. Выделим некоторые дополнительные меры, реализуемые в субъектах РФ для трудоустройства лиц с инвалидностью молодого возраста: применение механизмов стимулирования работодателей, принимающих на работу инвалидов, окончивших образовательные организации профессионального образования, формирование реестров наиболее востребованных на региональном рынке труда профессий и специальностей, по которым могут быть трудоустроены лица с инвалидностью, резервирование рабочих мест по профессиям, наиболее подходящим для их трудоустройства, субсидии социально ориентированным некоммерческим организациям на сопровождение при трудоустройстве инвалидов, в том числе выпускников, получивших профессиональное образование, их адаптацию на рабочем месте, привлечение региональных отраслевых советов работодателей к решению вопросов содействия трудоустройства выпускников с инвалидностью, вовлечение инвалидов в трудовую деятельность в организации бюджетной сферы и акционерные общества с государственным участием, закрепление за каждым из выпускников с инвалидностью кураторов из числа сотрудников центров занятости, временное трудоустройство инвалидов, в том числе обучающихся в образовательных организациях профессионального образования в свободное от учебы время.

Однако, как показывает практика, уровень обращаемости инвалидов, получивших профессиональное образование, в органы службы занятости для по-

лучения услуг по профессиональной реабилитации и содействию в трудоустройстве, крайне невысок, даже среди тех инвалидов, кто реально хотел бы найти работу. Во многом это связано с недостаточно активной информационно-разъяснительной работой по реализации мероприятий, проводимых органами службы занятости для оказания помощи инвалидам в трудоустройстве. Это приводит к тому, что значительная часть инвалидов трудоспособного возраста не получает эффективной помощи в трудоустройстве [1].

Проведенные исследования показывают, что причины низкой занятости лиц с инвалидностью носят как объективный, так и субъективный (личностный) характер. Инвалиды и специалисты, которые с ними работают, высоко оценивают значение для трудоустройства таких личностных причин, как ограничения по состоянию здоровья и нехватку информации по трудоустройству. Среди объективных (внешних) причин выделяется нежелание работодателей принимать на работу лиц с инвалидностью, отсутствие индивидуального сопровождения при трудоустройстве, предложение рабочих мест с не подходящими условиями труда и режимом работы, низкой заработной платой [3].

Аналогичные данные получены Челябинским государственным университетом в результате опроса 50 выпускников с инвалидностью одиннадцати вузов, расположенных в Челябинской, Свердловской и Курганской областях. Наиболее распространенными причинами, затрудняющими трудоустройство выпускников, являются наличие ограничений по состоянию здоровья/инвалидность, низкая заработная плата существующих вакансий, отсутствие подходящих вакансий. По результатам исследования мы пришли к выводу, что часть выпускников (около трети) не мотивированы на трудоустройство, у них недостаточно сформированы ценности независимой жизни.

В реализации мероприятий, направленных на содействие трудоустройству выпускников с инвалидностью, основной формой работы остается индивидуальная адресная работа. Пока еще органами труда и занятости выпускники с инвалидностью, получившие профессиональное образование, не выделяются как отдельная особая категория нуждающихся в трудоустройстве, для которой необходимо применение своих форм и методов работы. В некоторых регионах России работа по содействию трудоустройству выпускников с инвалидностью начинает приобретать комплексный системный характер на основе межведомственного взаимодействия.

Безусловно, решение вопросов содействия трудоустройству выпускников с инвалидностью и их закрепления на рабочих местах будет эффективным только в случае участия в этом процессе образовательных организаций профессионального образования, заинтересованных органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, гражданского сообщества, некоммерческих организаций, в том числе общественных организаций инвалидов, и работодателей. Однако именно роль образовательных организаций профессионального образования в этом процессе огромна.

Мы считаем, что лица с инвалидностью, получившие профессиональное образование, должны трудоустраиваться, в первую очередь, как специалисты, обладающие необходимыми профессиональными компетенциями, то есть основными

подходами к решению проблемы эффективного трудоустройства должна быть свободная конкуренция на открытом рынке труда и дистанционная и гибкая занятость. Для людей с тяжелыми нарушениями могут применяться трудоустройство на квотируемые рабочие места, на специально оборудованные рабочие места на открытом рынке труда, работа на специализированных предприятиях.

Факторами, влияющими на трудоустройство инвалидов – выпускников образовательных организаций профессионального образования, являются личность (характер) самого выпускника с инвалидностью, уровень его профессиональной и психологической подготовки к исполнению будущей роли работника и специалиста, обладание востребованными профессиональными знаниями и актуальными коммуникативными навыками. Все это может и должно формироваться в период получения профессионального образования, следовательно, одной из важнейших задач обучения инвалидов должна стать задача обеспечения их профессиональной социализации.

Помощь инвалиду-выпускнику в процессе его адаптации на конкретном рабочем месте должна входить в задачи постдипломного сопровождения (при наличии необходимости), поскольку образовательная организация обладает необходимыми для решения этой задачи компетенциями, осуществление вузом или колледжем такой помощи (сопровождения) означает, по сути, продолжение образовательной деятельности. Важно, что такая задача актуализирует работу по обучению студента с инвалидностью востребованными с точки зрения потенциального работодателя компетенциям.

Мы считаем, что образовательные организации должны заниматься повышением мотивации к трудоустройству у выпускников с инвалидностью и подготовкой их к работе в реальном секторе экономики. Формами такой работы могут стать учебные дисциплины (адаптационные, факультативные) или мастер-классы и тренинги по изучению занятости и её регулирования, рынка труда, знакомства с техникой, методами и способами поиска работы. Для каждого выпускника необходимо формирование индивидуального плана поиска работы, включающего выявление его профессиональных и непрофессиональных умений и навыков, определение и расширение сферы поиска работы, подготовка резюме, приемы самопрезентации, формирование делового имиджа и пр. Кроме того, необходимо организовать системное взаимодействие на основе межведомственных мероприятий, направленных на содействие трудоустройству выпускников и молодежи с инвалидностью, между образовательной организацией профессионального образования, учреждением службы занятости, объединениями работодателей. Специально оборудованные рабочие места на открытом рынке труда следует создавать под потребности выпускников вузов или колледжей с инвалидностью при наличии соответствующей рекомендации в индивидуальной программе реабилитации или абилитации инвалида.

Эффективными формами работы являются вовлечение старшекурсников и выпускников с инвалидностью в конкурсы профессионального мастерства, в том числе чемпионаты «Абилимпикс», организация адаптационных практик, стажировок, направленных на содействие их трудоустройству [2]. На региональном уровне следует расширять практику проведения специализированных

ярмарок вакансий для лиц с инвалидностью, в том числе мини-ярмарок с гарантированным собеседованием с работодателем.

Координаторами работы по содействию трудоустройства выпускников с инвалидностью в регионах должны стать базовые профессиональные организации, обеспечивающие поддержку функционирования региональных систем инклюзивного профессионального образования (среднее профессиональное образование), и ресурсные учебно-методические центры по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (высшее образование). Они могут выполнять следующие функции: изучение и выявление лучших практик содействия трудоустройству выпускников с инвалидностью, выработка механизмов их трансляции в образовательные организации профессионального образования, участие в разработке региональных программ по содействию трудоустройству инвалидов и их закреплению на рабочих местах, организация взаимодействия выпускников с инвалидностью и потенциальных работодателей, информирование обучающихся и выпускников с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья о состоянии и тенденциях рынка труда, ведение базы данных выпускников и рабочих мест, мониторинг трудоустройства и сопровождения карьеры выпускников.

Список литературы

1. Антонова Г.В., Кураева Л.Н. Новые подходы к оказанию государственных услуг инвалидам в сфере содействия в трудоустройстве // Актуальные вопросы формирования доступной среды для инвалидов в социальной и трудовой сферах деятельности: интегрированный подход: Материалы науч.-практ. конф. 2016. С. 6–9.
2. Романенкова Д.Ф. Конкурсы профессионального мастерства для людей с инвалидностью как эффективный механизм содействия их трудоустройству // Инновационное развитие профессионального образования. 2017. №3(15). С. 20–24.
3. Старобина Е.М., Кузьмина И.Е., Гордиевская Е.О., Климон Н.Л. Причины низкой занятости инвалидов на рынке труда в оценках инвалидов и специалистов // Вестник Всероссийского общества специалистов по медико-социальной экспертизе, реабилитации и реабилитационной индустрии. 2015. №2. С. 40–47.
4. Федеральный реестр инвалидов. Статистика // Режим доступа: <https://sfri.ru/stat> (дата обращения: 16.02.2018).

УДК 37.078

Румянцева Елена Евгеньевна
Центр экономической политики и бизнеса,
Москва

ИНКЛЮЗИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ: СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА, ПРАВО И НРАВСТВЕННЫЕ ЦЕННОСТИ

Аннотация. Лицам с ограниченными возможностями здоровья, если не осуществлять как государственный, так и общественный контроль исполнения принятых норм права, постоянно отказывают в реализации права на качественное образование. В связи с этим мониторингу реализации прав лиц с ОВЗ на профессиональное образование, о котором идет речь

в докладе, должно уделяться более существенное внимание, чем это осуществляется. В настоящее время отсутствует комплексный подход к проведению количественной оценки практики реализации прав лиц с ОВЗ на качественное профессиональное образование, ощущается недостаток компетентных международных сравнений.

Ключевые слова: инвалиды, здоровье, образование, качество, коррупция, нормы права, нравственность, правоприменительная практика, управление, государственный и общественный контроль.

Rumyantseva Elena, E.

Economic Policy and Business Center, Moscow

INCLUSIVE TRAINING IN PROFESSIONAL EDUCATION: MODERN PRACTICE, LEGISLATION AND MORAL VALUES

Abstract. If not to carry out both the execution state and public control of the accepted standards of the rule of law the right realization for the quality education of persons with special health needs (SHN) was systematically denied. In this regard more essential attention has to be paid to the realization monitoring of the persons with SHN rights on professional education about which there is a speech in this report. Now there is no integrated approach to carrying out the quantitative assessment of the realization practice of the persons with SHN rights on quality professional education, it is felt the lack of competent international comparisons.

Keywords: disabled people, health, education, quality, corruption, rules of law, morality, law-enforcement practice, management, state and public control.

Обеспечение равного доступа к образованию и профессионально-технической подготовке всех уровней для инвалидов как одной из уязвимых групп населения является одной из вынужденно провозглашенных на уровне ООН и ЮНЕСКО для всех стран мира целей устойчивого развития до 2030 г., т.к. во всем мире накоплена негативная практика неравенства, дискриминации в этой сфере. Важнейшим подходом к оценке реализуемости данной цели является ее измерение в течение определенного периода времени, сравнение с другими странами. К числу рекомендованных ЮНЕСКО показателей отнесены: динамику изменения количества числа студентов-инвалидов в вузах и числа выпускников-инвалидов; распределение ресурсов в области образования для обучения студентов-инвалидов; расходы на студента-инвалида в сравнении с расходами на студентов массового обучения и студентов, обучаемых по индивидуальным программам, но не причинам здоровья; индекс равенства, включающий сопоставления по важнейшим показателям равенства студентов-инвалидов со студентами массового обучения [5, с. 8, 281]. Как подчеркнул в своем докладе в 2008 г. заместитель генерального директора ЮНЕСКО, исполнительный директор ЮНЕСКО Чьян Танг, качество инклюзивного образования целесообразно анализировать по нескольким направлениям: по контролю нормативных средств (в развитие данного направления – достаточности и теоретической проработанности действующих норм права в этой области и реальной правоприменительной практике, особенно в условиях значительной коррупционной практики в российских вузах), по изучению и сокращению барьеров, возникающих на пути у студентов-инвалидов к получению ими образования и его завершению (получению диплома), а также обмену и обобщению лучшего практического опыта [4, с. 7].

Инклюзивное обучение в профессиональном образовании характеризуется следующими значимыми результатами: по данным опроса более 900 студентов-инвалидов в более чем 160 российских государственных вузах выявлено, что студентом в России становится в настоящее время только каждый 33-й инвалид (3,07%) в возрасте до 30 лет (т.е. сразу после школы – еще меньше), в то время как сверстники, не имеющие ограничений по здоровью, – каждый 5-й (20%) несмотря на то, что для поступления инвалидов в стране созданы достаточно лояльные условия – по квоте инвалидов во многих вузах недобор уже на стадии приема документов с передачей бюджетного места под общий конкурс. Среди студентов всего 0,38% инвалидов. Что касается вопросов качества обучения студентов-инвалидов, которые смогли сдать ЕГЭ или вступительные экзамены и поступить, то в соответствии с выявленными показателями от 25% до 63% из них (из того небольшого числа студентов, которые поступают по квоте) не заканчивают обучение, выразив в то же время свое стремление, надежды, волю, интерес к учебе, поступив в тот или иной российский вуз. Работу имеет только каждый 4-й инвалид в трудоспособном возрасте. Таковы результаты однократно пока проведенного исследовательским центром «Особое мнение» и представленного Общественной палатой РФ в феврале 2017 г. всероссийского комплексного мониторинга доступности высшего образования для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) [3].

Как справедливо отмечено во Всемирном докладе ЮНЕСКО по мониторингу качества образования за 2016 г., во всех странах мира инвалидность является фактором, препятствующим получению качественного образования, наряду с другими факторами, играющими самостоятельное значение, – бедностью, дискриминацией женщин, неудачным местом жительства и статусом иммигранта. По накопленной практике, «люди с ограниченными возможностями являются одной из наиболее маргинализированных и отчужденных групп населения, которым постоянно отказывают в реализации права на качественное образование». Например, согласно проведенным в 2015 г. исследованиям, во всемирном масштабе из всех детей, не посещающих начальную школу, треть являются инвалидами. В 2006 году Конвенция о правах инвалидов обязала правительства обеспечить инклюзивные системы образования на всех уровнях. В Докладе указывается, что для указанных категорий граждан значимыми являются исследования и политические решения, направленные на искоренение проблемы их неравенства, маргинализации и дискриминации. Неблагоприятное положение инвалидов, их ограничения по здоровью, если не прикладывать никаких специальных усилий, обуславливают процессы, происходящие в не социально, а, в основном, коммерчески ориентированных средах, создающих их отчуждение от образовательного процесса. Люди с инвалидностью, – подчеркивают эксперты ЮНЕСКО, – из-за своих ограниченных возможностей и необходимости несения высоких расходов на медицинское обслуживание, имеют больше шансов быть бедными и меньше шансов быть трудоустроенными [5, с. 7, 74, 78, 292]. При этом многие специалисты, занимая соответствующее служебное положение, имея полномочия и формально обязанности не готовы как из-за своего незнания, непонимания данных обязанностей, так и из-за

своей асоциальности и безнравия протянуть инвалидам руку помощи, оказать поддержку им, когда это необходимо.

В Докладе обращается внимание также на то, что точный подсчет случаев инвалидности является проблематичным из-за значительных отличий при определении форм и степеней инвалидности, поэтому в мониторинг доступности и качества образования для инвалидов должны включаться не только лица, имеющие документ об инвалидности, позволяющий им также иметь определенные социальные льготы, но лица, находящиеся под угрозой инвалидности, имеющие существенные ограничения по здоровью, влияющие на их способность к получению образования, но не получившие статус инвалида [5, с. 83, 238].

Российское законодательство и требования к его исполнению на местах, несмотря на существенную автономию вузов, построено именно на таком подходе – на раскрытии, достаточно значимом для этой социальной группы нуждающихся в реальной помощи людей, требований к организации обучения не только инвалидов по своему статусу, а всех лиц с ограниченными возможностями здоровья, которых значительно больше. В статье 79 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» определено, что «содержание образования и условия организации обучения и воспитания обучающихся с ограниченными возможностями здоровья определяются адаптированной образовательной программой» [1]. Т.е. главным критерием инклюзивного, немассового обучения как в профессиональном, так и в среднем образовании в России является наличие адаптированной под возможности обучающихся лиц с ограниченными возможностями здоровья образовательной программы – и в ее содержательном плане, и в имеющей критическое значение организационной части обучения студентов с ОВЗ, формально – направленной на соблюдения администраторами образовательного процесса, преподавателями представленных медицинских предписаний. Отсутствие же такой адаптированной образовательной программы, по нашему мнению, содержательно-го, организационного наполнения инклюзивного обучения в профессиональном образовании является наиболее емким показателем, характеризующим невыполнение образовательной организацией российских норм права и соответственно причиной того, что поступившие по квоте инвалидов студенты, как и студенты с ОВЗ, но без статуса инвалидности не могут в такой организации достичь до счастливого для них финала – до получения диплома (как раз, как и было выявлено, как это происходит реально в российской практике, когда от 25% до 63% из 0,38% студентов-инвалидов в общем числе студентов не получают диплом вопреки своим выраженным при поступлении в вуз жизненно важным для них целям).

Пунктом 8 Порядка организации образовательной деятельности [2] установлены все параметры образовательной программы, подчеркивается плановый, а не в ряде случаев проявляемый как спонтанный (по сути, как вид произвола в обучении) подход. Предписывается, что любому студенту уже в начале обучения должны быть известны все требования, все задания, необходимые для прохождения контрольных форм. Закрытый же характер образовательной программы является, по нашему мнению, существенным показателем для оценки уровня коррупции в той или иной образовательной организации, открыто пренебрегающей соблюдением норм права и скрывающей от общественного контроля, от лиц, проходящих обуче-

ние в данной организации, образовательные программы. В таких организациях спонтанного (беспланового) и закрытого образовательного процесса, как правило, – из-за отсутствия достаточной компетентности кадров и воли – и по студентам с ОВЗ не выполняются установленные государством требования адаптации образовательных программ. Другой важный момент соблюдения медицинских предписаний в инклюзивном обучении – это реальный (а не формально бумажно-отчетный как не соответствующий действительности) учет учебной нагрузки (п. 16 Порядка), которую может вынести среднестатистический студент и также студент с ОВЗ. Если в вузе такая нагрузка не считается, ни с кем не обсуждается при поступлении по квотам инвалидов, то, как правило, она всегда превышает допустимые для здоровья студентов нормы. И чаще всего именно поэтому (из-за неподготовленности учебного процесса по обучению данной социальной группы или, возможно, из-за нарушения норм права по причине вседозволенности в системе многолетних коррупционных связей) студенты с ОВЗ не могут обучаться, а их место с бюджетным финансированием забирается администрацией для других, негласно реализуемых целей.

В соответствии с подпунктом «в» пункта 1 части 2 статьи 29 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации», а также подпунктом «а» пункта 3 Правил размещения на официальном сайте образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обновления информации об образовательной организации, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 10 июля 2013 г. № 582, образовательные организации обеспечивают размещение на своих официальных сайтах информации о реализуемых образовательных программах, в том числе о реализуемых адаптированных образовательных программах, с указанием учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, предусмотренных соответствующей образовательной программой, а также об использовании при реализации указанных образовательных программ электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Имея доступ к ее открытым данным, потребители образовательных услуг получают возможность оценить не только качество образовательной деятельности по ее содержанию, преподавательскому составу, но и рассчитать реальную учебную нагрузку на здоровье, которая является сегодня существенным различием в процессе образовательной деятельности по разным вузам страны, обучающим по схожим учебным программам, но с разными показателями качества и уровня требований, предъявляемых к студентам. Поэтому в одних вузах студенты сдают сессии почти без задолженностей и не испытывают серьезных стрессов из-за плохой организации учебного процесса, а в других – они изначально настраиваются на получение задолженностей и их урегулирование в индивидуальном порядке в долгосрочном периоде, что, естественно, вызывает вопросы по соблюдению прав студентов и норм права в области обучения лиц с ОВЗ.

Однако сайты многих российских вузов не выполняют требования к их ведению, не содержат объективных сведений о них, нацелены на привлечение студентов на основе подачи информации рекламного характера, не соответствующей действительности. Поэтому, по нашему мнению, для снижения уровня обмана абитуриентов и их семей, представления информации, не соответствующей реальной практике работы вузов, работа по стандартизации предоставления сведе-

ний на сайтах должна быть продолжена. В целях снижения уровня недобросовестной рекламы, непредставления важных для абитуриентов, студентов, отдельно студентов с ОВЗ совместно с органами прокуратуры к ответственным лицам должны применяться меры административной и уголовной ответственности. Пока же уровень искажений информации на сайтах вузов является одной из значимых причин ошибочного (по критерию гуманности, качеству, добросовестному и ответственному отношению к этому направлению не коммерческой, но социальной деятельности, в целом, соблюдению государственных требований к инклюзивному обучению лиц с ОВЗ) выбора вуза абитуриентами с ОВЗ, препятствуя их дальнейшему обучению по факту неподготовленности учебного процесса как, в основном, тщательно скрываемому от госорганов нарушению норм права.

Важнейшим препятствием успеха образования лиц с ОВЗ является также отсутствие (в т.ч. как непринятие) в практике работы вуза электронной информационно-образовательной среды (п. 27 Порядка), преобладание примитивизма в организации учебного процесса. В таких вузах неформальный порядок предусматривает конфликтный, дискриминационный, вседозволенный характер общения со студентами, которые во всех учебных ситуациях определяются как виновные, а примитивно преподающие преподаватели и их администраторы всегда правыми. Деспотичный, спонтанный, ненормированный по учебной нагрузке характер фактической организации учебного процесса, состояние борьбы студента за сохранение своего места в условиях, по сути, административного произвола, проявляющегося в ряде случаев, как правило, несовместим с обучением лиц с ОВЗ в такой неправовой среде, является барьером на пути профессионального образования и дальнейшего трудоустройства инвалидов, мониторинг изменения состояния здоровья (в части ухудшения) во время их обучения которых также крайне важен.

Список литературы

1. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (в ред. от 29.12.2017 г.) // Собрание законодательства РФ. 31.12.2012. №53. Ч. 1. Ст. 7598.
2. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 г. №301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» // Российская газета. 2017. 19 июля.
3. Инвалидам облегчат поступление в вузы. Общественная палата обсудила итоги мониторинга доступности высшего образования инвалидам // Комсомольская правда. 2017. 28 февр. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kp.ru/daily/26647/3668087/> (дата обращения: 04.02.2018).
4. Инклюзивное образование: проблемы совершенствования образовательной политики и системы: Матер. междунар. конференции. 19–20 июня 2008 года. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2008. 215 с.
5. Образование в интересах людей и планеты: построение устойчивого будущего для всех. Всемирный доклад по мониторингу образования. Париж: Изд-во ЮНЕСКО, 2016. 568 с.
6. Румянцева Е.Е. Применение информационных технологий как механизм противодействия коррупции в современном российском образовании / В кн.: Инновации в информационных технологиях, машиностроении и автотранспорте: Сб. матер. Междунар. науч.-практ. конференции. 29–30 ноября 2017 года / Редкол.: Д.М. Дубинкин (отв. ред.) [и др.]. Кемерово, 2017. 566 с. С. 47–48 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://iitma.sibscience.ru/files/Sbornik-statej-iitma-1.pdf> (дата обращения: 04.02.2018).