ББК: 65.О5О.2
Н 34

Наука и искусство управления: Материалы III Международного конкурса студенческих научных работ (25 мая 2016 года, Липецкий филиал РАНХиГС, г. Липецк) / Под общей ред. канд. юрид. наук, доцента А.Д. Моисеева; канд. экон. наук, доцента М.А. Гуриной. Липецк: ООО «Гравис». - 156 с.

В сборник представлены доклады студенческих научных работ, обобщающие результаты исследований по проблемам теории и практики управления. В Конкурсе приняли участие студенты российских и зарубежных вузов. Организатором конкурса представленных в сборнике работ, является кафедра государственной, муниципальной службы и менеджмента Липецкого филиала РАНХиГС.

© Коллектив авторов, 2016

© Липецкий филиал РАНХиГС, 2016

«НАУКА И ИСКУССТВО УПРАВЛЕНИЯ»

Материалы III Международного конкурса студенческих научных работ

25 мая 2016 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО..... 8
2. Аветисян Х.М РОЛЬ ЛИЧНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЯ В ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ..... 10
3. Алимова М.Ш. ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ 13
4. Анисимова Д.М. ОСНОВНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ 16
5. Баранов А.А. КОНФЛИКТОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ В РУСЛЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРОБЛЕМ КОНФЛИКТОЛОГИИ..... 18
6. Блинова Л.В. ИНВЕСТИЦИИ В ОБРАЗОВАНИЕ: СТАТУС И РОЛЬ ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА 21
7. Богданова А.Ю. РОЛЬ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ 24
8. Бредихин А.Н. РЕВИТАЛИЗАЦИЯ В МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ: РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА..... 26
9. Варварина А.Э. ЯПОНСКАЯ МОДЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ..... 29
10. Вдовченко К.В. ПРИМЕНЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ..... 32
11. Волкова О.А. ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ 35
12. Воробъева Е.В. УПРАВЛЕНИЕ МОТИВАЦИЕЙ И СТИМУЛИРОВАНИЕМ ТРУДА ПЕРСОНАЛА 37
13. Гандилян А.С. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА СОВРЕМЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ 40

14. Гудкова Н.С. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ АВТОТРАНСПОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ПРИМЕРЕ ФИЛИАЛА «АТП №6 Г.НОВОПОЛОЦКА» ОАО «ВИТЕБСКОБЛАВТОТРАНС»..... 43
15. Давидюк Е.С., Супрунюк Е.В. МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ..... 46
16. Давыдова М.В. КРАУДФАНДИНГ КАК НОВЫЙ АСПЕКТ УПРАВЛЕНИЯ..... 48
17. Дворникова Е.Н., Епифанцева С.В. ПРОБЛЕМА МИНИМИЗАЦИИ УРОВНЯ КОНФЛИКТНОСТИ В РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ МЕЖГРУППОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ..... 51
18. Дёмина Е.Н. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ КАК РЕЗУЛЬТАТА ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ..... 54
19. Дорохина А.Ю. ЛИЗИНГ - КАК ФОРМА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ АПК..... 57
20. Инютина А.Д. ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЁННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ..... 60
21. Кобзева С.Н. ОСОБЕННОСТИ АМЕРИКАНСКОЙ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: СТАВКА НА ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ..... 63
22. Коблякова А. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА В РОССИИ..... 66
23. Комоликова Е.В. ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ В ОРГАНИЗАЦИОННОМ РАЗВИТИИ: СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД..... 69
24. Кондрашин О.Ю. КОНФЛИКТ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ..... 72
25. Корнукова Т.С. ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОСНОВА ПРЕДПРИЯТИЯ..... 75

26. Климова Е. О. ОСНОВЫ МЕХАНИЗМА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ 77
27. Кудрявцева В.С. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ 80
28. Кузнецов В.И. МЕНЕДЖМЕНТ ИНТЕГРИРОВАННОЙ КОМПАНИИ: ЛАБОРАТОРИЯ КАСПЕРСКОГО 83
29. Курбатова Д.А., Куликова Н.В. КАЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЛИДЕРА В НЕСТАБИЛЬНЫЕ ПЕРИОДЫ 86
30. Курбатова Д.А., Куликова Н.В. К ВОПРОСУ ОБ УПРАВЛЕНИИ ЗНАНИЯМИ КАК КЛЮЧЕВОГО ЭЛЕМЕНТА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ 89
31. Латышева А.А. СУЩНОСТЬ ОБОРОТНЫХ СТРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ИХ ОРГАНИЗАЦИИ 91
32. Лепетухина Е. В. ОПЫТ РАЗРАБОТКИ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МОДЕЛИ КОНТРОЛЛИНГА 94
33. Литвинова С.С. МАСС – МЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В 97
34. НАЛОГВОМ АДМИНИСТРИРОВАНИИ 97
35. Нерсисян А.М. УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ КАК ФУНКЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ 100
36. Овчинникова Д. В. ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ДОХОДОВ ЗАНЯТОГО НАСЕЛЕНИЯ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО БЮДЖЕТА 103
37. Пажетных П.В. ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ И ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ 105
38. Парахина Е.О. ЗНАЧЕНИЕ И РОЛЬ НОРМИРОВАНИЯ ТРУДА В СИСТЕМЕ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО РАБОТНИКА 108
39. Петрова М. Н. КРИЗИСНЫЕ ЛОВУШКИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ 110
40. Петунина И.В. ИСКУССТВО МОТИВАЦИИ ПИТИРИМА СОРОКИНА: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ 114

41. Поцикалова К.И. РЕСУРСНАЯ ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕЁ РОЛЬ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧНОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ 117
42. Рева У.В. ИССЛЕДОВАНИЕ РОЛИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ТРУДА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ..... 119
43. Руднева С.И. ЭВОЛЮЦИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СИСТЕМ: ОТ АНТИЧНОСТИ ДО СОВРЕМЕННОСТИ 122
44. Седых Е.В. КРЕАТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 125
45. Селезнева Е.А. КРАУДСОРСИНГ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ РЕШЕНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ЗАДАЧ 129
46. Селиванова Т.В МЕЖФИРМЕННАЯ МОБИЛЬНОСТЬ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ: ПРИЧИНЫ И НАПРАВЛЕНИЯ..... 132
47. Точеная О.Н. ЦЕННОСТНАЯ КАРТИНА МИРА СОВРЕМЕННОГО РАБОТНИКА..... 135
48. Тихонова Ю. Д. МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ..... 137
49. Ханеня Д.Ю.ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЁННОСТИ РАБОТНИКОВ УСЛОВИЯМИ ТРУДА НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ..... 140
50. Чернавина Ю.И. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДОЛГОСРОЧНОЙ ЗАНЯТОСТИ РАБОТНИКОВ В ОРГАНИЗАЦИИ..... 143
51. Шевченко И.А. РОЛЬ ФИНАНСОВЫХ СЛУЖБ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ..... 145
52. Шумик А.Р. КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ. 147
53. Юлинская В.А. КОРПОРАТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ РАБОТНИКОВ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ 149

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО

Менеджмент – искусство определять,
к чему нужно стремиться и как воплотить
эти стремления в жизнь, а не просто совокупность
управленческих навыков».
Ицхак Адизес

Искусство управления можно считать одним из высших разделов теории управления, который занимает особое место среди достижений мировой управленческой мысли. Изучение искусства является научной проблемой, поскольку ему уделяется внимание всеми теоретиками менеджмента.

Менеджмент вполне можно отнести к сфере, которую обычно называют «свободным искусством». «Свободным» — потому что менеджменту приходится иметь дело с основами самопознания, мудрости и лидерства; «искусством», «умением» — потому что менеджмент связан с конкретными навыками и практическим применением. Менеджеры впитывают в себя и применяют на практике все знания и выводы, наработанные не только в естественных, но и в гуманитарных и социальных науках: психологии, философии, экономике, истории, этике и т.д. Однако важнейшая задача менеджеров заключается в том, чтобы сфокусировать эти знания на повышении эффективности и достижении требуемых результатов: на лечении больного, обучении студента, строительстве моста, разработке и продаже эффективной компьютерной программы

Кнорринг В. И., говоря об искусстве управления, считает, что руководитель должен быть незаурядной личностью, мастерски владеющей искусством общения, убеждения, диалога, иметь острый, неординарный ум и солидную эрудицию во всех сферах жизни и знаний. Любой руководитель работает в первую очередь с людьми, он обязан знать все тонкости «человеческой инженерии» и владеть обширными гуманитарными знаниями.

Сочетание теоретических знаний и развитие навыков творческого подхода к исследованию и решению проблем является важной задачей высшей школы. Поэтому целью III Международного Конкурса студенческих научных работ стало приобретение научных знаний в области управления, развитие навыков публичного выступления и презентации и содействие в подготовке будущих бакалавров по менеджменту и государственному и муниципальному управлению, способных решать стратегические и тактические задачи организаций и в различных отраслях экономики и государственной и муниципальной службе.

В рамках Конкурса были выделены две секции для участия студен-

тов младших и старших курсов: 1) Проблемы теории и практики управления – студенты 1-2 курсов экономических и управленческих специальностей и направления подготовки; 2) Проблемы теории и практики управления – студенты 3-5 курсов экономических и управленческих специальностей и направления подготовки.

Участниками Конкурса стали студенты направления подготовки «Менеджмент», «Государственное и муниципальное управление» Липецкого филиала РАНХиГС, в структуру подготовки которых входит изучение дисциплин «Теория менеджмента» и «Теория управления» и приобретение теоретических знаний и практических навыков анализа и решения проблем управления. В перспективе нам очень важно создать предпосылки для развития научного потенциала бакалавров этих направлений, сформировать интерес и мотивацию к научной деятельности студентов.

Для участия в конкурсе были приглашены студенты экономических факультетов вузов 1 – 5 курсов, изучающие управленческие дисциплины. География наших участников – это студенты вузов города Липецка – ЛГТУ, ЛЭГИ, Финансовый университет при Правительстве РФ, Липецкий филиал; городов России – Калужский филиал РАНХиГС, Тульский филиал РАНХиГС, стран ближнего зарубежья – Ташкентский филиал РЭУ им. Г.В.Плеханова, Брестский Государственный Технический Университет, Республика Беларусь. Результаты научных исследований студентов в виде тезисов были представлены для публикации в сборнике материалов конкурса работ.

Организационный комитет Конкурса Липецкого филиала РАНХиГС благодарит нашего руководителя **Александра Дмитриевича Моисеева** за поддержку этого мероприятия. Выражаем признательность всем участникам Конкурса, научным руководителям студентов-конкурсантов, нашим партнёрам – администрации Липецкой области, Липецкому региональному



отделению «Россельхозбанк» в лице его управляющего – **В.Р. Арустамова.**

Как организатор Конкурса выражаю благодарность студентке 3-го курса направления подготовки «Менеджмент» **Давыдовой Марии** за оказанную помощь в подготовке выпуска сборника научных работ.

Председатель оргкомитета Гурина М.А.,
канд. экон. наук, доцент кафедры ГМСиМ
Липецкого филиала РАНХиГС

Аветисян Х.М.
Узбекистан, Филиал «РЭУ имени Г.В.Плеханова» в г.Ташкенте
Научный руководитель: ст. преподаватель Макушина А. Ю.

РОЛЬ ЛИЧНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЯ В ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Современный уровень развития производства и масштабные изменения в экономической и социальной сферах общества предъявляют повышенные требования к человеку в его профессиональной деятельности, возрастает значимость социальных последствий человеческих решений. Изменение социально-экономической обстановки потребовало существенной перестройки стратегии, тактики и психологии управления. Расширился спектр управленческих проблем, в котором особую актуальность и значимость приобретают социально-психологические аспекты руководства трудовыми коллективами. Выбор руководителем оптимальных форм общения с подчиненными и методов воздействия на них должен основываться на знании особенностей восприятия людьми друг друга и подчиненными - своих руководителей, в частности.

Переход к рыночной экономике сопровождается экономическими трудностями во всех сферах жизнедеятельности человека, которые вызывают рост социального напряжения в трудовых коллективах. В определенной мере его можно нейтрализовать применением оптимальных форм и методов управления. С этими предпосылками связано возрастание роли социальной психологии в решении данных вопросов, что делает восприятие и понимание руководителя подчиненными одной из центральных проблем теории управления. Именно это и определяет актуальность данной темы.

Руководитель - лицо, на которое официально возложены функции управления коллективом и организации его деятельности. Руководитель несет юридическую ответственность за функционирование коллектива перед утвердившей его инстанцией и располагает строго определенными возможностями санкционирования - наказания и поощрения, подчиненных в целях воздействия на их производственную (научную, творческую) активность. В отличие от лидера руководитель обладает формально регламентированными правами и обязанностями, а также представляет свой коллектив в других организациях. Это лицо, осуществляющее установление, регулирование и выполнение органи-

зационно-правовых отношений в рабочем коллективе.[1]

Личностно-деловые качества менеджера — это обобщенные, наиболее устойчивые характеристики, которые оказывают решающее влияние на управленческую деятельность. Это весьма сложные в психологическом плане образования, зависящие от многих факторов: особенностей характера, структуры личности, ее направленности, опыта, способностей, условий деятельности.

Требования, предъявляемые к личностно-деловым качествам менеджера, можно подразделить на три крупных блока:

1. Профессиональная компетентность. Она предполагает наличие у менеджера системы знаний в области экономики, права, технологии, управления, психологии, социологии и др., т.е. как минимум наличие высшего образования. Наряду с суммой знаний, которые могут быть получены в процессе обучения, менеджер должен обладать такими личностными качествами как новаторство и целеустремленность, оригинальность в достижении поставленных целей, практичность, деловитость, смелость и изобретательность.

2. Организаторские (управленческие) способности. Наличие специальных знаний и необходимых качеств позволяет менеджеру эффективно выполнять свою работу, основное содержание которой сводится к умению организовывать и планировать правильные управленческие решения и обеспечивать их выполнение, а также руководить коллективом на уровне предприятия (или подразделения). При этом менеджер должен уметь общаться с людьми, устанавливать деловые контакты, побуждать работников к производительной деятельности, находить выход из конфликтных ситуаций.[2] Неотъемлемой обязанностью менеджера являются подбор, расстановка и обучение работников. Менеджер должен быть предельно объективным независимо от своих симпатий (или антипатий) и, кроме того, уметь подчиняться и соблюдать субординацию.

В связи с этим следует отметить способность менеджера определять стратегические и тактические цели, его умение ставить задачи перед подчиненными и побуждать их к решению этих задач, умение влиять на людей. Все эти способности и умения в значительной мере определяют организаторские способности руководителя.

Обязательным элементом организаторских способностей является

---

[1] Валеева О. Г., Комаров А.Г. Менеджмент: Учеб. пособие. М.: Уфа, 2010. 37 с.

[2] Самсонов И.Ф. Основы управления персоналом: учебное пособие. Издание 2-е, переработанное и дополненное. Курск: Изд-во КИГМС. 2011. 151 с.

коммуникабельность. Коммуникабельность, т.е. способность к общению, — необходимое качество для менеджера, так как одним из основных требований, предъявляемых к руководителю, является умение устанавливать контакты.

3. Обязательным требованием к личностно-деловым качествам руководителя является морально-этическая зрелость, которая охватывает такие качества, как честность, порядочность, верность данному слову, соблюдение нравственных норм, принятых в обществе, принципиальность.

Морально-этическую зрелость можно определить как стремление к независимости и опору на собственные силы, стиль общения, стиль взаимодействия, стиль руководства, стремление к успеху, надежность, терпимость, честность и эмоциональная стойкость.

Профессиональный менеджер, как и профессионал в любой другой области, понимает определенные принципы, выполняет определенные задачи и поддерживает определенные планки стандартов. Совокупность этих элементов и делает менеджера профессионалом. Высокий профессионализм, в свою очередь, зиждется на совокупности личностных черт, позволяющих менеджеру достичь максимального профессионального роста и профессиональной самореализации.

Руководитель должен быть способным принимать решения, планировать, вести беседу, организовать людей, осуществлять контроль за деятельностью подчиненных.

Руководитель должен не столько управлять, сколько создавать максимально благоприятные условия для того, чтобы каждый член коллектива сам стремился активно участвовать в управлении делами организации. Иначе говоря, он должен создавать систему психологических, духовных, материальных стимулов, побуждающих каждого работника думать, действовать в интересах организации в целом, которая, в свою очередь, стремиться удовлетворить личный интерес каждого члена коллектива. В современной экономике функции работников настолько усложняются и интеллектуализируются, что управлять ими с помощью команд и распоряжений - малоэффективно. Поэтому руководитель должен не управлять в привычном смысле этого слова, а вести за собой, быть лидером.

Таким образом, от прежней роли руководителя, который служил только делу, жизнь заставляет перейти к новой роли руководителя, который служит своим работникам, не переставая служить делу. Обладать умением организовать участие каждого члена коллектива в процессе исполнения управленческих функций.

Алимова М.Ш.
Узбекистан, Филиал «РЭУ им. Г.В. Плеханова» в г. Ташкенте
Научный руководитель: ст. преподаватель Убайдуллаева Л.Ш.

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Сотрудники на промышленных предприятиях объединены в различные коллективы. Для получения общего результата коллективной деятельности необходимо осуществлять взаимодействие между работниками, заключающееся в коммуникации между ними, и дальнейшую интеграцию результатов выполнения функций в единый общий результат. В значительной степени поведение человека зависит от его личностных особенностей, обобщенно называемых характером. Характер определяет предрасположенность работника к выполнению определенных видов деятельности, что также должно учитываться при распределении должностных обязанностей.

Характер и интересы субъекта определяют его отношение к тем или иным событиям и, тем самым, определяют его реакцию (ответное поведение) на них. Таким образом, порождая определенные события, можно вызвать необходимую ответную реакцию, то есть формировать поведение человека в группе. Именно в этом заключается стимулирование. Поскольку две составляющие части, определяющие поведение человека - характер и интересы - разнообразны, система стимулирования должна учитывать это разнообразие, подстраиваться под него. Это определяет постановку задачи - исходя из анализа интересов и характера членов трудового коллектива, построить такую систему стимулирования, которая вызывала бы предельно конструктивное поведение, обеспечивающее эффективную коммуникацию и достижение совокупного результата деятельности коллектива промышленного предприятия.

На предприятиях различных отраслей промышленности, где человеческий фактор играет большую роль, можно использовать понятийную модель «Мотивация-стимул», которая введена Ю.К. Балашевым и А.Г. Ковалем[1]. Согласно этой модели, существует несколько мотивационных типов, каждый из которых описывает характерное поведение человека в организации. Мотивационные типы можно разделить на два класса: класс избегательной мотивации (избегательная мотивация - человек стремится избежать нежелательных для себя последствий своего поведения); класс

[1] Абдурахманов К.Х. Человеческое развитие. Т.: Фан ва технология, 2012. 372 с.

достижительной мотивации (достижительная мотивация - человек ведет себя так, чтобы достичь определенных рубежей, к которым он стремится).

Каждый человек представляет собой сочетание всех или некоторых из мотивационных типов в определенной пропорции. Таким образом, каждый человек описывается мотивационным профилем, показывающим, в какой степени в нем присутствует каждый мотивационный тип. Условно доля мотивационного типа описывается числом от 0 (соответствующий характер мотивации полностью отсутствует) до 100 (человек описывается «чистым» мотивационным типом), и сумма всех чисел равна 100.

Различают следующие «чистые» типы мотивации: люмпенизированный (избегательный класс), инструментальный (достижительный класс), профессиональный (достижительный класс), патриотический (достижительный класс), хозяйский (достижительный класс). Теперь приведем некоторую классификацию форм стимулирования:

– негативные - неудовольствие, наказания, угроза потери работы;

– денежные - заработная плата, включая все виды премий и надбавок;

– натуральные - покупка или аренда жилья, предоставление автомобиля и др.;

– моральные - грамоты, почетные знаки, представление к наградам, доска почета и пр. Моральные формы наиболее многочисленны. В настоящее время формы морального стимулирования в Узбекистане практически не используются под надуманным предлогом формирования рыночных отношений, хотя на Западе их очень активно применяют;

– патернализм (забота о работнике) - дополнительное социальное и медицинское страхование, создание условий для отдыха и пр.;

– организационные - условия работы, ее содержание и организация;

– привлечение к совладению и участию в управлении.

Итак, на человека, который описывается некоторым мотивационным профилем, с целью изменить его поведение в организации, оказывается воздействие в форме некоторого стимула. Получив стимул, человек реагирует на него в соответствии со своим мотивационным профилем. Эта реакция может быть: положительной, и человек изменит свое поведение так, как это задумывалось; нейтральной и отрицательной, когда нежелательное поведение только усиливается. Понятийная модель «Мотивация-стимул» устанавливает связь между чистыми мотивационными типами и приемлемыми для них формами стимулирования. Это отношение приведено в таблице 1.

Таблица 1 - Соответствие мотивационных типов и форм стимулирования

Формы стимули-рования	Мотивационный тип				
	Инструментальный	Профессиональный	Патриотический	Хозяйский	Люмпенизированный
Негативные	1	4	3	4	2
Денежные	2	3	1	3	1
Натуральные	3	1	3	1	2
Моральные	4	3	2	1	1
Патернализм	4	4	3	4	2
Организационные	1	2	1	3	4
Участие в управлении	1	3	3	2	4

Примечание: 1 – нейтральна, 2 – базовая, 3 – применима, 4 – запрещена.

Данная модель «Мотивация-стимул» может применяться при формировании политики стимулирования персонала. Возможны следующие варианты такой политики:

1. Путем разработки и применения системы стимулирования сформировать и поддерживать определенный мотивационный профиль промышленного предприятия, соответствующий реализуемой стратегии развития бизнеса. В этом случае система стимулирования должна создавать предельно некомфортные условия для персонала с нежелательным мотивационным типом, и создавать благоприятные условия для работников с приемлемым мотивационным типом. Тем самым, будет происходить «вымывание» персонала с неблагоприятным типом мотивации, взамен которого будет производиться набор нового персонала, имеющего желательную структуру мотивации.

2. Оптимизировать систему стимулирования под существующий мотивационный профиль предприятия, чтобы обеспечить предельно конструктивное поведение имеющегося в наличии персонала.

Управление людьми является основой эффективного управления любой организации. Опыт, накопленный в этой области многими успешно работающими предприятиями независимо от их национальной и отраслевой принадлежности, требует тщательного изучения, осмысления и использования в современных условиях.

Анисимова Д.М.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Суханов Е.В.

ОСНОВНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В современных условиях хозяйствования одним из методов увеличения эффективности производства считается аргументированное понижение себестоимости производимой продукции.

Одним из критериев конкурентоспособности предприятия в целом и выпускаемой продукции в частности считается доступность для покупателей. Чем дешевле станет продукция, тем более полно будут удовлетворены потребности потенциальных покупателей. Впрочем, стремление к снижению себестоимости должно быть обоснованным, то есть изготовителям следует принимать во внимание не только личные интересы, но и то, как скажется снижение себестоимости на качестве производимой продукции.

Прежде чем выполнить анализ основных направлений снижения себестоимости продукции следует рассмотреть суть данного понятия.

Себестоимость представляет собой суммированную стоимостную оценку применяемых в процессе изготовления и сбыта товаров, природных, производственных, трудовых и иных ресурсов.

Целью любого предприятия считается достижение экономического эффекта от деятельности. Экономический эффект может быть выражен в зависимости от целей создания и деятельности предприятия как через прибыль, так и через достижение каких-либо общественных, экологических и иных улучшений. Основная масса предприятий стремятся максимизировать прибыль, а этого делать нельзя без анализа себестоимости продукции, отдельных расходов на создание и реализацию продукции, выявления резервов снижения себестоимости и внедрения рекомендаций по снижению затрат на предприятии.[1]

Ведущей целью планирования себестоимости считается:

- выявление резервов снижения издержек;
- более эффективное использование имеющихся резервов снижения потерь производства;

[1] Лютова И. И. Снижение себестоимости продукции, как результат оптимизации производственного процесса. Бизнес в законе. М.: КНОРУС. 2013. С. 227.

- увеличение внутрихозяйственных накоплений для наращивания рентабельности предприятия.

Рекомендации по снижению себестоимости:

1. Снижение себестоимости достигается за счет введения прогрессивных норм затрат труда, применения оснащения, расхода сырья, материалов, горючего и энергии.

2. Сокращение затрат на обслуживание производства и управление также снижает себестоимость продукции. Величина данных затрат на единицу продукции зависит не только от объема выпуска продукции, но и от их абсолютной суммы. Чем меньше сумма цеховых и общезаводских расходов в целом по предприятию, тем при других равных критериях ниже себестоимость каждого изделия.

3. Значительные резервы снижения себестоимости заключены в сокращении потерь от брака и других непроизводительных расходов. Изучение причин брака, выявление его виновника дают возможность реализовать мероприятия по ликвидации потерь от брака, уменьшению и наиболее рациональному применению отходов производства.

4. Масштабы выявления и использования резервов снижения себестоимости продукции во многом зависят от того, как поставлена работа по исследованию и внедрению опыта, имеющегося на других предприятиях[1].

Теория ограничений утверждает, что при наличии значительных постоянных издержек, не зависящих от объёма, использование себестоимости как индикатора приводит к неоптимальным экономическим решениям, становясь ограничением экономической политики предприятия. Товар, что продаётся по цене «ниже себестоимости», снимается с производства, что повышает себестоимость остальных выпускаемых товаров

Таким образом, ведущими направлениями снижения себестоимости продукции могут выступать мероприятия, связанные с сокращением расходов на сырье и материалы, Руководству предприятия для выбора рационального варианта следует взвесить все «за» и «против» и в соответствии с этим сравнить необходимые расходы с будущим экономическим эффектом.

[1] Макарьян Э.А Управленческий анализ в отраслях: учебное пособие. М.: КНОРУС. 2009. С. 304.

Баранов А.А.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. филолог. наук, доц. Лесных Е.В.

КОНФЛИКТОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ В РУСЛЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРОБЛЕМ КОНФЛИКТОЛОГИИ

Конфликтология относительно молодая, но очень перспективная наука. Современные проблемы конфликтологии весьма разнообразны, так как каждый крупный ученый в этой области предлагает свою концепцию и соответственно свои приоритетные направления. С нашей точки зрения, наиболее актуальными направлениями исследований в области конфликтологии являются:

- изучение основных прикладных аспектов конфликтов различного типа, составляющих предмет специальной конфликтологии;
- изучение и интеграция информации, относящейся к разным областям наук, занимающихся проблемой конфликтов, с широким привлечением математических моделей и компьютерных технологий;
- разработка систем контроля и диагностика развития конфликтов и вариантов их разрешения;
- определение предмета и содержания самого понятия конфликта;
- анализ причин, источников и условий возникновения конфликтов, их влияния на уровень организации взаимообусловленных отношений.

В теории и практике изучения конфликтологии сложился определенный комплекс понятий и проблем, с которыми связано изучение конфликта как социально-психологического явления и современных условиях. Ведущие аналитики в этой области А. Анцупов и А. Шипилов, рассмотрев научные публикации в области конфликтологии за несколько последних десятилетий, выделили следующие основные вопросы, постановка и решение которых в настоящее время образуют область интересов современной конфликтологии:

- сущность социального конфликта;
- классификация конфликтов;
- эволюция конфликтов;
- генезис конфликтов;
- структура конфликтов;
- функции конфликта;
- динамика конфликта;

- диагностика конфликта;
- предупреждение конфликта;
- завершение конфликта и др.

Следует подчеркнуть, что в новейшее время теория конфликтов обрела дополнительную конкретизацию. Среди современных концепций конфликта следует выделить теории конфликта А. Турена, Л. Козера, К. Боуллинга Р. Дарендорфа, А. Раппопорт, Р. Акофф и др.

В отечественной конфликтологии выделяются следующие научные направления:

- исследования Н.В. Гришиной, направленные на рассмотрение общей теории конфликта, философских, социологических и психологических подходов к ее рассмотрению;
- исследования А. Анцупова и А. Шипилова, направленные на исследование основных направлений современной конфликтологии и разработку учебной проблематики конфликтологии;
- исследования А.Г. Здравомыслова в области социологии конфликта, рассмотрение конфликта в соцально-политическом аспекте;
- рассмотрение проблем юридической конфликтологии (А.В. Дмитриев, В.Н. Кудрявцев);
- психологические аспекты конфликтологической проблематики (внутриличностный конфликт, межличностный конфликт, классификация конфликта, прикладные направления по управлению конфликтом) Н.Ф. Вишняковой;
- социально-философская проблематика конфликтологии, типологизация конфликтов, исторический аспект, характеристика конфликта как социально-психологического феномена в трудах Е.М. Бабосова.

Таким образом, можно сделать вывод, что современная конфликтология исходит из:

- признания конфликта в качестве закономерной и естественной характеристики социальных отношений;
- возможности протекания конфликтов в разнообразных, в том числе и конструктивных формах;
- утверждения принципиальной возможности управления конфликтами.

Конфликтология на протяжении своего становления и развития постоянно обращалась к психологии и социологии в поисках возможностей понимания природы конфликтов и способов работы с ними. Одной из таких работ на стыке разных научных дисциплин

является исследование Курта Левина «Разрешение социальных конфликтов».

В своих работах классики конфликтологии независимо от принадлежности к конкретному направлению постоянно апеллировали к психическим явлениям, таким как: враждебные чувства, мысли и установки. Современная конфликтология испытывает на себе большее влияние психологии в силу признания как роли психологических факторов в возникновении и развитии социальных конфликтов, так и значительных возможностей использования психологических методов для разрешения и ослабления конфликтов.

Несмотря на разнообразие подходов в изучении конфликта, можно констатировать отсутствие серьезных сдвигов в том, что касается изучения, исследовательского продвижения в области конфликтной проблематики. За прошедшие годы в отечественной психологии не появилось фундаментальных исследований, которые позволили бы говорить о перспективе «прорыва» в области изучения конфликтов. Главная проблема, видимо, состоит в том, что, несмотря на готовность психологов работать с конфликтами и очевидный интерес к ним, конфликт продолжает оставаться трудноуловимым феноменом, ускользаемым от исследователей.

Одним из наиболее часто встречающихся в последнее время видов конфликта является организационный. Конфликт в организации может проявлять себя, по меньшей мере, в двух различных качествах: как эмоциональный психологический всплеск и как деловой спор, дискуссия, естественно, не лишенная и эмоционального напряжения. В первом случае чаще всего усматривается чисто психологическая несовместимость людей на почве несовпадения характеров. Во всех таких случаях говорят о межличностных конфликтах. Но иногда за межличностным конфликтом в глубине стоит то же расхождение интересов, о которых конфликтующие стороны не высказываются, а возможно, и не догадываются.

Современный менеджер должен хорошо представлять истинные причины разворачивающегося конфликта в организации и анализировать его последствия. На наш взгляд, умение грамотно вести себя в конфликтных ситуациях является крайне важным как для каждого сотрудника, так и для руководителя.

Не менее важным является анализ позитивных возможностей конфликтов в организации и способов управления ими.

Блинова Л.В.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Гурина М.А.

ИНВЕСТИЦИИ В ОБРАЗОВАНИЕ: СТАТУС И РОЛЬ ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

В последние годы сфера высшего профессионального образования (ВПО) в РФ проходит сложный этап модернизации, главной целью которой является устойчивое развитие и обеспечение качественной подготовки специалистов в соответствии с международными стандартами. В этом контексте в промышленно развитых странах политикой государства является создание условий для превращения ВПО в приоритетную для инвестиций сферу, привлекательную для диверсифицированных источников, которые объединяются в ней на принципах государственно - частного партнерства. Одновременно с этим в государственной политике в сфере ВПО происходит переход от преимущественно отраслевого к преимущественно региональному развитию данной системы и соответственно от отраслевого и федерального управления к совместному федерально – региональному управлению. Таким образом, развитие системы ВПО в регионах в перспективе видится объектом многоаспектного партнерского взаимодействия федеральных и региональных структур управления, органов местного самоуправления, профессионального бизнес-сообщества, общественных объединений и граждан.

В настоящее время исследования, направленные на изучение экономической эффективности инвестиций в сферу высшего профессионального образования проводятся в большинстве развитых стран преимущественно с прикладными целями.

Достаточно распространенным является подход к оценке эффекта от инвестиций в сферу ВПО через определение дополнительной заработной платы работников, прошедших дополнительную профессиональную подготовку.

Высшие учебные заведения являются в настоящее время заметными субъектами национальной и региональной экономики. Однако успешность их деятельности во многом предопределяется устойчивостью развития отраслей, на подготовку кадров для которых они ориентированы.

С точки зрения макроэкономических преимуществ усиление инвестиционных процессов в атомной отрасли, а, следовательно, и в сфере высшего профессионального образования для неё, потенциально создаёт условия для повышения эффективности и устойчивого разви-

тия отраслевых предприятий, и, в конечном счёте, будет способствовать экономическому росту региона в целом.

Однако между декларациями о необходимости усиления инвестиционных процессов в сфере высшего профессионального образования и реальными действиями – большая дистанция. Идеологически образование уже является инвестиционной сферой, но легально, нормативно остаётся «чёрной дырой». Представители российских предпринимательских кругов в свою очередь заявляют, что для превращения образования в инвестиционно-привлекательную сферу, необходимы институциональные изменения, особенно в сфере налогового стимулирования инвестиций. Несмотря на обозначенные проблемы, в современной России формируются объективные условия для объединения усилий широкого круга заинтересованных сторон для создания современной системы высшего профессионального образования, обладающей свойством инвестиционной привлекательности для диверсифицированных инвестиций.

Осознание важности изучения роли высшего образования в современном обществе позволило сформулировать цель, задачи и предмет нашего исследования. В качестве метода исследования был выбран метод анкетного опроса. Время проведения опроса – март 2016 г. В анкете использовались закрытые и открытые вопросы, о возрасте респондентов, поле, мнении относительно высшего образования в обществе. С целью получения наиболее репрезентативных исследований, были опрошены женщины и мужчины различных возрастных категорий.

Целью данной работы стало исследование проблем и перспектив высшего образования, а также значимости образования для современного общества.

Для достижения поставленной цели исследования необходимо было решить следующие задачи:

- выделить наиболее важные аспекты развития высшего образования;
- показать современное состояние высшего профессионального;
- выявить отношение общества к высшему образованию.

Объектом нашего исследования стали люди в возрасте от 14 до 72 лет. Выборка составила 86 человек.

Предметом исследования выступает отношение людей к высшему образованию, а также значимость обраования для современного общества.

В ходе исследования были выдвинуты шесть гипотез с помощью которых удалось сформулировать выводы по данной теме и рассмотреть данную проблематику с различных сторон.

Таким образом было установлено, что большинство людей оценивают современное образование как среднее, доступное не всем сло-

ям населения, а качественное лишь элите, полностью подтвердилась, так как 75,6 % опрошенных придерживаются именно такого мнения.

Гипотеза о том, что большинство людей допускают самообразование как альтернативу официального образования и возможность его конкуренции благодаря наличию информационно-коммуникационных технологий, подтвердилась, так как 83,7 % опрошенных придерживаются именно такого мнения.

Гипотеза о том, что большинство людей с высшим образование считают, что, как правило, оно необходимо и повышает социальный статус в обществе, а к основным преимуществам его получения относят:

Во-первых, больше возможностей для самореализации.

Во-вторых, формируются крепкие деловые связи.

В-третьих, высшее образование является важным социальным институтом, полностью подтвердилась. 92,5 % считают, что больше возможностей для самореализации; 50 % считаю, что формируются крепкие деловые связи; 53,8% считают, что высшее образование является важным социальным институтом.

Гипотеза о том, что большинство людей со средним образованием считают, что без высшего образования можно обойтись, но согласны, что статус образованного человека в основном выше оценивается в обществе, полностью подтвердилась, так как 82,6 % ответили - да, полностью согласны и 14,0 %– да, в основном согласны.

Гипотеза о том, что большинство считает, что повышение уровня образования невозможно без грамотной инвестиционной политики предприятия полностью подтвердилась, так 51,2 % отпрошенных выбрали этот вариант ответа.

Гипотеза о том, что большинство считает, что инвестиции в образование окупаются достаточно быстро полностью подтвердилась, так как 75,6 % опрошенных придерживаются именно такого мнения.

Таким образом, исследование показало, согласно динамике расходов на образование в России наблюдаем уменьшение финансирования этой сферы, что, по моему мнению, является причиной ухудшения качества образования, поэтому необходимо привлекать новые источники бюджетной поддержки. Относительно ведущих и развивающихся стран Россия занимает практически последнее место по расходам на образование, что является, с одной стороны, последствием уже имеющейся развитой системой образования, с другой, недостаточной приоритетностью данной сферы.

Богданова А.Ю.
Россия, Финансовый университет при Правительстве РФ
(Липецкий филиал)
Научный руководитель: к.э.н.,ст.преподаватель Исмайлова Т.Ю.

РОЛЬ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Первое впечатление о человеке легко сложить по его внешнему виду: деловой костюм, аккуратная прическа, гармонично подобранные аксессуары. Внешний вид определяет не только статус и положение в обществе, но и может рассказать о характере и внутреннем мире гораздо больше, чем слова. Тем более об этих «прописных истинах» обязан помнить каждый менеджер.

Управленец, являясь лидером по своей натуре (формальным или неформальным) находится чаще всего на публике, и окружение первым делом обращает внимает на его внешний вид, мимику, жесты, а также на умение грамотно высказывать свои мысли. В этом и состоит основное назначение делового этикета.

Во многих крупных организациях в корпоративной книге дресс-коду (dress code) уделяется отдельная глава. Если же предприятие или организация не имеет четких стандартов и рамок в отношении внешнего вида сотрудников, им все же необходимо придерживаться общепринятых норм и правил делового этикета. Одежда персонала, как мужчин, так и женщин, должна быть выдержана в строгом, деловом стиле, предпочтительно консервативно-классического направления. Цветовые решения в одежде должны соответствовать классическому деловому стилю, недопускаются излишне яркие цвета, чрезмерная пестрота. Предпочтения отдают синим, серым, бежево-коричневым, черным, темно-красным оттенкам, т.к. они являются ненавязчивыми и способствуют налаживанию именно деловых контактов[1]. Волосы всегда должны быть чистыми и причесанными: ухоженная прическа должна иметь четкие очертания. Почему так важен дресс-код для менеджера? Лидер, соблюдающий деловые правила в одежде, имеет гораздо больше шансов на успех управления коллективом, потому как приятный внешний вид в совокупности с грамотными управленческими решениями еще больше привлекает внимание окружающих и заставляет прислушиваться к мнению управленца.

[1] Основы делового дресс-кода. [электронный ресурс]. — Режим доступа: http://bestdress.com.ua/346-osnovy-delovogo-dress-koda.html (Дата посещения 15.03.2016 г.)

Однако правильно одеваться в деловом мире – это только лишь половина успеха. Вторую половину составляет не менее важный факт как деловые коммуникации. Умение общаться может заставить забыть собеседника, как и во что человек одет. Структурированная деловая речь по существу, без «воды», без лирических отступлений – дар делового человека.[1] Менеджеру как никому другому важно овладеть навыками грамотного общения. Это связано с необходимостью принимать управленческие решения и притворять их в жизнь. Едва ли сотрудники смогут верно понять тот или иной приказ, если руководитель не сможет верно и логически построить предложения и донести главную мысль до подчиненных. В деловом разговоре надо уметь дать четких и корректный ответ на любой вопрос. Научившись красиво, грамотно говорить, будет не столь трудно перенести мысли на бумагу, научиться правильно оформлять деловые письма, что также является неотъемлемой частью работы менеджера. Но помимо того, что важно обладать навыками правильной структурализованной речи, также необходимо уметь слушать и услышать оппонента. Недаром говорят, что это редчайший дар, данный от природы. В бизнесе этот дар приносит миллиарды, у него есть точное безызвестного автора определение – слух на деньги. В менеджменте этот навык не менее важен. Каждый клиент, сотрудник и партнер по бизнесу обязательно расскажет о том, что ему необходимо, что его мучает, в чем ему нужна поддержка и помощь. Важно лишь уметь услышать и сделать встречное предложение или принять уместное управленческое решение.

Существует еще один не менее важный инструментарий в деловом этикете менеджера, такой как невербальная коммуникация. Значение его не следует недооценивать. Эта часть бизнес-этикета заслуживает нескольких томов описания с красочными картинками и подробного изучение еще в университетах. Жесты, манеры, мимика могут рассказать о человеке гораздо больше слов. Слишком импульсивный и эмоциональный менеджер скорее оттолкнет от себя окружающих, нежели заинтересует своей харизмой. Если рассматривать противоположный типаж – публике такой типаж покажется вовсе скучным, безынтересным, и инициативы вряд ли будут приминаться персоналом от такого лидера. В невербальной коммуникации, как и в дресс-коде, деловом общении мелочей не существует. Важно все: походка, жестикуляция, эмоции, манеры. Движения сотрудника в рабочее время должны быть энергичными, не вялыми, не замедленными. Походка – уверенной, при этом размахивать руками вовсе не нужно и делать очень крупные шаги не рекомендуется. Прямая осанка, уве-

[1] Маккормак Джозеф. Короче. Меньше слов – больше смысла. М.: издво «Манн, Иванов и Фербер», 2014. 272 с.

ренный взгляд, отсутствие суеты в движениях – признаки человека дела. Рукопожатие – это единственный тактильный жест прикосновения к собеседнику, который разрешен в деловой среде. Контролировать слова, текст или мысли совсем несложно, контролировать жесты и мимику гораздо труднее. Умный собеседник мгновенно поймет намерение или обман по определенным жестам и движениям тела, что необходимо каждому менеджеру в деловой сфере.

Деловой этикет менеджера выходит далеко за пределы кабинета и офиса. По этой причине каждый управляющий обязан знать и владеть правилами поведения в обществе. Например, не зависимо от того, кто по статусу и положению вошел в кабинет, руку обязан протянуть хозяин кабинета. С коллегами на собрании необходимо здороваться со всеми за руку (против часовой стрелки), либо только кивком головы. Помимо всего этого менеджеру следует учитывать некоторые нюансы в общении с сотрудниками. А именно все претензии и критику лучше высказывать наедине коллеге, а благодарности – при всем коллективе. Такое корректное поведение со стороны менеджера будет оценено подчиненными, что придаст больше сплоченности и взаимопониманию людей в организации.

Резюмируя все выше сказанное, хочется добавить, что данная тема очень обширна и ее невозможно полностью охватить. Это лишь малая часть основных правил делового этикета каждого успешного менеджера. Основополагающим, безусловно, является внешний вид, коммуникационные навыки, основы тайм-менеджмента и т.д. Но каждому управленцу необходимо помнить и множестве других не менее значимых нюансах. Пренебрежение деловым этикетом вызывает негативные чувства у окружающих. И как гласит один из основных правовых принципов «незнание закона не освобождает от ответственности», так еще и при этом ведет к потере авторитета, денег и бизнеса.

Бредихин А.Н.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Аксенова М.А.

РЕВИТАЛИЗАЦИЯ В МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ: РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА

Системный кризис 90-х годов в России, сопровождавшийся разрушительными последствиями в экономике страны, привел к прекращению функционирования большого количества хозяйственных объектов. Как следствие – появление заброшенных территорий, не прино-

сящих никакой экономической выгоды муниципальному образованию и негативно влияющих на внешний облик территории.

Существует два подхода к преобразованию заброшенных территорий – ревитализация и редевелопмент. Одним из главных достоинств ревитализации можно считать сравнительно небольшие первоначальные инвестиции, которые в основном направлены на расчистку территории и модернизацию ее инфраструктуры. Как правило, ремонт занимаемых площадей будущие арендаторы осуществляют за свой счет, в то время как редевелопмент предполагает широкомасштабные изменения объекта и значительные капиталовложения. Ревитализация позволяет значительно сократить период от начала ее проведения до сдачи объекта в эксплуатацию. Помимо этого, многие промышленные сооружения являются охраняемыми объектами культурного наследия, которые запрещено сносить. Муниципальные власти отдают предпочтение ревитализации ввиду ее явных преимуществ перед редевелопментом.

Ревитализация (от лат. re – возобновление, повторность действия + лат. vitalis – жизненный, животворный, живой) стала одним из наиболее действенных и щадящих по сравнению с другими методами редевелопмента способов преобразования разрушенных территорий. Это процесс «оживления» городского пространства путем обеспечения людей качественной и благоприятной сферой обитания, предоставления возможностей творческого и профессионального роста, активной социализации и культурного развития[1].

Ревитализация направлена на преобразование разоренного предприятия с изменением его функционального предназначения. Таким образом, меняется концепция самого сооружения, что позволяет улучшить облик городского пространства, избавить его от обветшалых промышленных объектов и благоустроить территорию, восстановить на ней социальную активность населения. Такие заброшенные территории – здания неработающих предприятий, неиспользуемые хозяйственные зоны, заброшенные железнодорожные пути необщего пользования – в разной степени присутствуют практически в каждом городе.

Проекты ревитализации довольно успешно реализуются в Москве. На месте бывших заводов создаются арт-кластеры, которые

[1] Демидова Е.В. Реабилитация промышленных территорий как части городского пространства // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. 2013. № 1.

становятся одними из самых живых мест Москвы. Появление креативных кластеров в Москве – следствие нескольких тенденций. Первая: развитие кластерной индустрии и особых территорий, связанных с ней, - один из важных трендов в развитии мировой экономики. Вторая: ревитализация промышленных зон – одна из главных задач, стоящих перед современными городами. В Москве промзоны занимают чуть ли не четверть городской территории. Третья: индустриальная эстетика – высокие потолки, огромные окна, грубые кирпичные стены, отсутствие декора – сегодня явно в моде.

Возможности переориентации старых промышленных зон, привлекательных с точки зрения культурно-исторических ценностей, действительно широки и не ограничены. Среди основных направлений преобразования можно выделить превращение промзон в жилые помещения (именно в процессе ревитализации таких проектов в Америке в 40-х гг XX в. возник стиль лофт), объекты общественно-делового и культурного назначения. Очевидно, что узкая специализация привлекает меньшее количество посетителей. Опыт показывает, что наиболее эффективно многофункциональное использование бывшего индустриального объекта с одновременным присутствием офисов, культурных институций, гостиниц, жилых помещений. При этом очень важным принципом является интеграция проекта в окружающую городскую среду.

Препятствий на пути ревитализации объектов культурного наследия довольно много. Во-первых, отпугивает само состояние памятников, их сохранность. Чтобы начать их эксплуатировать, их нужно сначала привести в порядок, а это большие капиталовложения с долгим сроком окупаемости. Помимо экономической, есть и административно-политическая составляющая – пассивное отношение местных властей, либо бездействие или даже противодействие. Здесь важно и нормативное регулирование вопросов ревитализации промзон, и использование механизма государственно-частного партнёрства. Конечно же, есть вопросы собственности: кто владеет этим объектом? на каком основании? сколько этих людей? какие у них интересы? входит ли в их число сохранение (восстановление) памятника?

24 апреля 2015 года депутатами Государственной Думы был предложен к рассмотрению законопроект «Об особенностях регулирования отдельных правоотношений, возникающих в связи с комплексным развитием промышленных зон и внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ». Проект закона дает определение самой промышленной зоны и устанавливает условия, при наличии которых в отношении таких территорий может быть принято решение о ком-

плексном развитии. Согласно законопроекту, решение о комплексном развитии промышленной зоны может быть принято, если не менее 50% объектов капитального строительства, расположенных в промзоне, повреждены более чем на 30% или если не менее 50% земельных участков промзоны не соответствуют установленным видам разрешенного использования.

Кроме того, законопроект определяет этапы комплексного развития промышленной зоны: обследование территории, разработка концепции комплексного развития, принятие решения о реорганизации и утверждение программы реализации концепции развития, определение форм взаимодействия со всеми собственниками, которые находятся на территории промзоны, и в дальнейшем — утверждение проектов планировки территории. Также в законопроекте прописаны процедуры выкупа земельных участков (объектов недвижимости) для муниципальных нужд в целях комплексного развития промышленных зон.

В последнее время Россия, переживая период деиндустриализации крупных городов, довольно часто сталкивается с проблемой перепрофилирования промышленных объектов. Многие из них выводятся за пределы муниципального образования из-за нарушения экологических норм. Одним из наиболее ярких примеров здесь может послужить основанный в 1929 году в Липецке станкостроительный завод, который долгое время являлся одним из крупных предприятий региона. В 2009 году предприятие разорилось, а производственные помещения завода были переоборудованы в торгово-развлекательный центр «Европа», который стал привлекательным местом для приобретения покупок и отдыха среди жителей города.

Варварина А.Э.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук Аксенова М.А.

ЯПОНСКАЯ МОДЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В условиях современности управление персоналом является одним из важнейших аспектов успешной деятельности компании. В ее основе всегда лежат принципы, методы и формы управления, которые представляют собой процесс влияния на человеческие интересы путем экономического, психологического или административного воздей-

ствия. Это в свою очередь указывает на актуальность изучения особенностей управления персоналом в современной организации.

Управление персоналом представляет собой вид деятельности, в процессе которой осуществляется руководство людьми, направленное на достижение целей и задач организации путем использования опыта и квалификации работников с учетом их удовлетворенности трудом[1].

Последние 50 лет термин «управление персоналом» использовался для описания функции управления, посвященной найму, развитию, ротации, обеспечению безопасности и увольнению персонала. В современном подходе к определению делается акцент на вкладе персонала, удовлетворенного работой, в достижение корпоративных целей. Это обусловлено пересмотром концепции «управления персоналом» в последнем десятилетии XX века. На смену противоречивым отношениям между работодателями и наемными работниками пришла атмосфера сотрудничества, а с развитием социальных и гуманитарных аспектов в менеджменте сформировалась система управления человеком, где люди представляют главный ресурс и социальную ценность организации**.** Такая система управления используется во многих современных организациях по всему миру, но особенно ярко она проявляется в работе японских компаний.

Находясь после Второй Мировой войны на грани полного разорения, Япония сумела возродить свою экономику благодаря специфике японского менеджмента.

Во все времена страна уделяла большое внимание вопросам, связанным со спецификой управления, и уже в 60-е годы японские специалисты утверждали, что современное общество от конкуренции в финансовой и технической областях перешло к конкуренции в способности и умении управлять. История японской экономики свидетельствует о постоянной эволюции в структурах и методах управления, об изменении сложившихся традиций, активном заимствовании зарубежного опыта и выработке собственных высокоэффективных решений в области менеджмента.

Благодаря особенному подходу к управлению производством и рабочим процессом, Страна восходящего солнца стала известна миру как ведущий производитель инновационных технологий.

---

[1] Митрофанова Е., Коновалова В. Управление персоналом. Теория и практика. Компетентностный подход в управлении персоналом. М.: Проспект, 2016. С.7.

Менеджмент в Японии, как и в любой другой стране, отражает ее исторические и культурные особенности. Он отличается от западного тем, что основным его предметом ведения являются трудовые ресурсы. Японцы верят, что «ключом к успеху» для компании являются люди, поэтому в основу всех «технологий японского менеджмента» положен успешный менеджмент персонала. Также система стимулирования труда по сравнению с другими промышленно развитыми странами имеет весьма гибкую структуру и строится с учетом трех факторов: профессионального мастерства, возраста и стажа работы. Внушая каждому работнику, что его личное благополучие зависит от результатов деятельности фирмы, японский менеджмент добивается высокой производительности труда.

В Японии существует 5 основополагающих систем по работе с персоналом для стимулирования его труда, обеспечивающих высокую результативность организации[1]:

1. Система пожизненного найма. Её смысл заключается в реальном обеспечении заинтересованности работников трудиться в данной организации как можно дольше, что зависит от способности администрации заинтересовать работника с помощью поощрения.

2. Система оплаты труда. Размер заработной платы определяется по возрасту и стажу работника, которые являются базой для традиционной личной ставки, профессионального разряда и результативности труда, а также представляют собой основу для определения величины трудовой тарифной ставки.

3. Система подготовки на рабочем месте. Она играет решающую роль в обеспечении максимальной эффективности работы предприятий и организаций, осуществляя четкое разграничение образовательных функций.

4. Система кадровой ротации. Она заключается в перемещении работников по горизонтали и вертикали каждые 2-3 года, обеспечивая гибкость рабочей силы, повышая уровень ее квалификации и конкурентоспособности.

5. Система репутаций. Она гарантирует качественную, творческую и перспективную деятельность всех сотрудников, закрепляя при переходе на новое место репутацию инициативных и порядочных работников.

Каждый японский работник отождествляет себя со своей организацией и твердо убеждён в собственной важности и незаменимости

[1] Куликов Г.В. Японский менеджмент и теория международной конкурентоспособности. М.: Экономика, 2010. С.105.

в её деятельности, так как для него слово «профессия» отождествляется с работой, а практически обозначает организацию, в которой он работает. В результате на японских фирмах почти не наблюдается текучести кадров и, исходя из статистики, на 1000 рабочих автомобилестроительной промышленности приходится всего 25 дней прогулов (в США на 1000 рабочих приходится 343 дня прогулов, то есть в 14 раз больше, чем в Японии).

Но, не смотря на структурированность и эффективность японской системы менеджмента, она также имеет отрицательные стороны. К ним можно отнести расточительство времени и средств, наличие риска ухода от решений и выполнения их в результате невозможности прихода к единому мнению на совещаниях организации, а также стирание определенных границ ответственности.

Кроме того, работники японских компаний, связанные различными обязательствами по отношению к фирме, редко пользуются выходным днём, безоговорочно выполняют сверхурочную работу и не используют в полной мере оплачиваемый отпуск, расценивая это как показатель недостаточной преданности организации, что не характерно для менеджмента других стран.

Таким образом, японская модель менеджмента в системе управления персоналом современной организации представляет собой сложно организованную структуру, которая ставит во главе всех управленческих процессов человека, финансы и технологии. Благодаря действию этой модели современности, Япония продолжает активно развиваться и лидировать на мировом экономическом рынке, а также способствует совершенствованию традиционных методов управления кадрами в других странах с развитой экономикой.

Вдовченко К.В.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. техн. наук, доц. Щетинина И.С.

ПРИМЕНЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Понятие маркетинга обычно применяется к товарному рынку и подразумевает под собой вид управленческой деятельности, который дает возможность организации достигать намеченных целей через удовлетворение потребностей покупателей. В то время как маркетинговый подход к управленческой деятельности организации опирается

на привлечение профессиональных работников, т.е. в роли «покупателя» выступают высококвалифицированные кадры. В связи с этим появилось новое направление кадрового менеджмента – HR-маркетинг, который непосредственно направлен на формирование привлекательности организации для занятых и потенциальных работников и акцентирует внимание на установлении взаимосвязи между организацией и наемным работником на рынке труда[1].

Необходимость применения маркетинговых технологий в системе управления персоналом организации объясняется наличием следующих факторов. Во-первых, в настоящее время изменились мотивы выбора профессии и места работы. Если раньше ключевым фактором при трудоустройстве являлась оплата труда, то сегодня не менее важным для специалистов является возможность развития и корпоративная культура организации. Во-вторых, модные тенденции оказывают существенное влияние на выбор профессии и места работы, т.к. некоторые профессии считаются более модными и доходными. Таким образом, основной задачей hr-маркетинга является формирование у трудоспособного населения правильного представления о конкретной сфере деятельности, ее привлекательности и стабильности.

Хотя мировая практика управления персоналом еще в начале 90-х годов XX века стала применять маркетинговые технологии, в России же до сих пор они не используются в полной мере при организации работы с персоналом. На российских предприятиях в качестве основных функций HR-маркетинга используются рекламная деятельность и определение потребностей в персонале, что далеко не в полной мере раскрывает возможности HR-маркетинга.

Маркетинговые технологии в системе управления персоналом позволяют рассматривать рабочую силу с двух точек зрения: первая представляет работника в качестве товара, т.е. работодатель оценивает его потребительские характеристики, а вторая – в качестве покупателя, приобретающего рабочее место в обмен на свой труд. В последнем варианте выбор рабочего места специалистом зависит от того, насколько оно способно удовлетворить его ожидании. Из вышесказанного следует, что любая организация на рынке должна рассматривать маркетинговые технологии как взаимовыгодное удовлетворение потребностей сторон трудовых отношений, и их главная задача заключатся в разработке требований к персоналу и выявлении

[1] Гришакова, Н. Внутрифирменный маркетинг для Hr и T&D специалистов. М., 2009.

предпочтений потенциальных и занятых сотрудников и их требований к работодателю.

Для решения этих задач целесообразно использовать инструменты внешнего и внутреннего маркетинга.

Внешний HR-маркетинг формирует у потенциальных кандидатов позитивное отношение к организации для обеспечения ее необходимыми квалифицированными сотрудниками. Для этого применяются такие методы как сегментация рынка труда, разработка стратегии позиционирования организации на внешнем рынке труда, оценка потенциального спроса на организацию и т.д. Также одной из приоритетных задач HR-маркетинга является разработка, создание и поддержание благоприятного имиджа работодателя для привлечения лучших специалистов. При формировании «правильного» имиджа необходимо выявлять ассоциативную сеть hr-бренда, что позволит определиться с ключевыми ассоциациями, которые впоследствии станут основой для разработки стратегии позиционирования организации на рынке труда. При этом в качестве основной задачи позиционирования следует рассматривать поиск «уместного отличия» организации, которое представляло бы для потенциальных сотрудников наибольшую ценность.

В отличие от внешнего, внутренний hr-маркетинг сфокусирован на работниках, уже занятых в организации и включает:

1. Проведение внутрифирменного маркетингового исследования в отношении потребностей сотрудников и степени их удовлетворенности трудом в организации;
2. Формирование корпоративной культуры и производственного климата организации;
3. Разработку мотивационных программ;
4. Обеспечение возможности обучения и профессионального роста;
5. Формирование приверженности персонала организации.

Внутренний HR-маркетинг в первую очередь опирается, на работников уже занятых в организации и основывается на проведение внутрифирменного маркетингового исследования в отношении потребностей сотрудников и степени их удовлетворенности трудом в организации, формирование корпоративной культуры и производственного климата организации.

Суть внутреннего маркетинга заключается в том, что отношения организации и работников должны быть выстроены на тех же основаниях, что отношения организации с клиентами. Руководство «предлагает» особый продукт – должность с ее специфическими пра-

вами и обязанностями. Работник «покупает» этот продукт, «оплачивая» его своим трудом. Соответственно, ориентация на клиента, как основа традиционного понимания маркетинга дополняется ориентацией на «внутреннего потребителя» – сотрудника[1].

В большей степени в мероприятиях внутреннего HR-маркетинга нуждаются организации, в чьем подчинении находится большое количество высококвалифицированных сотрудников, т.к. именно они обладают невысоким уровнем лояльности в связи с тем, что считают себя особенными сотрудниками, осознавая, что не они нуждаются в организации, а организация нуждается в них, а также имеют большую привязанность к сфере своих знаний, чем к организации, в которой они работают.

Подводя итоги, можно с уверенностью сказать, что технологии маркетинга могут быть успешно трансформированы в теорию и практику управления персоналом. Именно маркетинговые технологии способны разработать такие программы привлечения сотрудников, мотивации и эффективного использования их «ресурсов» в организации, которые повысят конкурентоспособность организации как на рынке товаров и услуг, так и на рынке труда.

Волкова О.А.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. соц. наук, Башлыков Т.В.

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ

Изменения, происходящие во всем мире и в России в частности, диктуют особые правила использования объектов интеллектуальной собственности в повседневной жизни. Современную экономику в обществе невозможно представить без участия объектов интеллектуальной собственности. Основная проблема их использования – это законное введение их в гражданский оборот, без нарушения прав авторов или правообладателей на них. Результаты интеллектуальной деятельности составляют важнейшие ресурсы экономики, благосостояния и развития страны. Инновационная деятельность является главным фактором, стимулирующим устойчивое развитие в условиях глобальной конкуренции на мировой арене.

[1] Лобанов Д. Внутренний маркетинг персонала в российских организациях [Электронный ресурс http://www.klerk.ru]

Реформирования правовой базы, связанной с защитой и использованием результатов интеллектуальной деятельности обусловлено несколькими аспектами:

- правовая охрана результатов интеллектуальной деятельности актуальна в связи с бурным ростом технического прогресса.
- «Перестройка»(переход от СССР к демократической России)
- интенсивное развитие рыночных отношений в Российской Федерации.

на основании этого большое значение приобретают создание правового регулирования интеллектуальной собственности и инноваций. Важнейшим Международным соглашением по правовому регулированию интеллектуальной собственности является принятие Конвенции, учреждающей Всемирную Организацию интеллектуальной собственности (Стокгольм 1967 г.). Договор ВОИС впервые ввел понятие «интеллектуальная собственность» в международные правовые документы. Россия, будучи участником всех основополагающих конвенций по охране интеллектуальной собственности, разработала принципиально новые законы в этой области с учетом всех требований Международных соглашений.

Реформа Российского законодательства, посвященного охране интеллектуальной собственности, началась в конце 80-х годов XX века, а в период 1992-1995 гг. был принят перечень следующих законов:

- «Об авторских и смежных правах».
- «Патентный закон».
- «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров».

Несмотря на унификацию Российских законов с международным законодательством и участие России во всех Международных Конвенциях и договорах. Проблема правового регулирования отношений по использованию и охране инноваций и интеллектуальной собственности является недостаточно разработанной в Российской Федерации Отсутствует понятие «интеллектуальная собственность», соответствующее современным потребностям развития общества и экономики. Не разработана четкая систематизация ее отдельных видов. Понятие «Исключительность» прав для некоторых объектов интеллектуальной собственности носит относительный характер, так, например наименованием места происхождения товаров могут владеть одновременно несколько субъектов. Однако, несмотря на наличие в нашей стране столь прогрессивной, современной правовой базы наблюдается значительный рост числа нарушений прав авторов и правообладателей.

Все это привело к кризисной ситуации. входе нее происходит практически безнаказанный ввод в гражданский оборот огромного количества контрафакта.

Например: в декабре 2012 плагиат был замечен в диссертации депутата Государственной Думы Владимира Бурматова. 25 октября некорректные заимствования были выявлены в диссертации бывшего губернатора Алтайского края и президента Алтайского государственного технического университета Льва Коршунова.

В сфере компьютерных программ доля «пиратской» продукции составляет 95%. Такое положение не допустимо и требует принятия экстренных мер на государственном уровне.

Серьезным толчком в решении сложившихся проблем в области защиты интеллектуальной собственности может стать планируемое вступление России в ВТО. Без внесения изменений в законодательстве, особенно в области охраны авторских прав, Россия не сможет присоединиться к Соглашению по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) и разумеется последовательное и четкое его соблюдение.

Для успешного развития инновационных процессов в РФ необходимо совершенствовать правое регулирование интеллектуальной собственности, приводить его в соответствие с нормами международного права и в обязательном порядке - повышать уровень правовой грамотности граждан.

Воробъева Е.В.
Россия, Липецкий филиал Финансового университета
при Правительстве РФ
Научный руководитель: кад. экон. наук, доц. Некрасова Е.А.

УПРАВЛЕНИЕ МОТИВАЦИЕЙ И СТИМУЛИРОВАНИЕМ ТРУДА ПЕРСОНАЛА

Результативность деятельности организации в рыночных условиях, повышение ее конкурентоспособности зависят от эффективного использования всех имеющихся в ее распоряжении ресурсов, и в первую очередь, персонала. К качественным характеристикам персонала предъявляются высокие требования, что связано с совершенствованием управления бизнес-процессами, активизацией инновационного потенциала работников и их нацеленности на достижение стратегических и тактических целей, формированием интересов работников и работодателей. Максимальная сбалансированность интересов сторон

должна обеспечиваться адекватной системой мотивации и стимулирования труда работников.

Практика показывает, что каждая организация прибегает к различным методам мотивации, но, как привило, эти методы используются комплексно и подбираются индивидуально для каждой конкретной группы работников.

Построение «мотивационного лифта» в организации оказывает непосредственное влияние на повышение личной заинтересованности работников в результатах своего труда. Выбор инновационного варианта развития экономики и выдвижение на первый план значимости человеческого потенциала формирует новый вектор развития системы мотивации и стимулирования труда во всех сферах и отраслях экономики, в том числе и сфере коммерческого предпринимательства.

Разработка новых современных подходов к мотивации и стимулированию труда в этой сфере предполагает необходимость решения определенных задач. К их числу относятся: изучение особенностей политики организации в области мотивации и стимулирования труда; определение необходимых компетенций работников; формирование новых мотивационных элементов; поиск нового соотношения элементов материального и нематериального стимулирования в данной сфере; выработку единых методических подходов к построению систем оплаты труда.

На наш взгляд, разработка такой системы мотивации, позволит в большей степени соединить интересы и потребности работников со стратегическими задачами коммерческого предприятия.

Проведенный в рамках нашего исследования, анализ тенденций оплаты труда нескольких коммерческих организаций, позволил выявить существенные недостатки существующих систем мотивации и стимулирования труда и определить пути их совершенствования.

К числу недостатков следует отнести следующее: в показателях премирования недостаточно четко отражается функционал отделов и конкретных работников. Кроме того, необходимость премирования определяется большим количеством показателей, что затрудняет расчеты.

В целях совершенствования системы мотивации и стимулирования, на наш взгляд, необходимо:

- усилить объективность оценки трудового вклада всех подразделений и каждого работника в достижение основных целей организации;

- -перейти от стандартизированных, во многом устаревших систем стимулирования и оплаты труда к использованию всей совокупности материальных и нематериальных стимулов;

- структурировать фонд оплаты труда административно-управленческого персонала с выделением 3 основных частей:

а) постоянной;

б) переменной;

в) стимулирующей.

- определить четкие показатели премирования всех категорий работников.

Использование предлагаемых направлений совершенствования материального стимулирования позволит сформировать эффективную систему стимулирования, адекватную современным условиям хозяйствования.

Разработка системы материального стимулирования должна строиться на определенных принципах:

- системы материального стимулирования должны быть, с одной стороны, просты и понятны каждому работнику, а, с другой стороны, экономически и психологически обоснованы;

- поощрение персонала должно осуществляться по таким показателям, которые воспринимаются каждым работником как правильные; т.е. работники должны видеть четкую взаимосвязь между результатами своей деятельности и деятельности организации в целом.

- система мотивации и стимулирования должна формировать у работников ощущение справедливости материального вознаграждения и должна способствовать в повышении заинтересованности работников, как в улучшении индивидуальной работы, так и работы в контакте с другими сотрудниками.

Анализ трудов отечественных ученых в области мотивации и стимулирования труда, позволяет сделать выводы о преобладании в российских компаниях финансово-дисциплинарных аспектов данной системы и недооценку внутренних мотивов работников. Поэтому в целях совершенствования нематериального стимулирования, на наш взгляд, необходимо изучать мнение работников (с помощью опросов) о наиболее значимых для них социальных благах.

Социальный пакет как элемент нематериального стимулирования в конечном итоге, позволит достичь стандартов достойного труда, что обеспечивается такими аспектами, как социальная защищенность, стабильность занятости работника, возможность повышения профессионализма и развития социального диалога.

Таким образом, проблема мотивации и стимулирования труда всегда являлась и является ключевой проблемой экономики, определяющей возможности эффективного использования трудового и инновационного потенциала работников в современном производстве. Оптимизация оплаты труда, повышение ее прозрачности, обоснованности, обеспечение тесной взаимосвязи с результатами руда и результативностью работы являются одним из наиболее значимых резервов повышения эффективности работы организаций в сфере коммерческого предпринимательства.

Гандилян А.С.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Гурина М.А.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА СОВРЕМЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

В настоящее время в теории и практике большое внимание уделяется условиям формирования и перспективам развития человеческого капитала. Формирование человеческого капитала является результатом длительного инвестиционного процесса, который определяется не только возможностями отдельных личностей, но и политикой государства относительно развития определенных сфер экономики и регионов.

Термин «человеческий капитал» впервые появился в 1980-х г.г. в работах нобелевских лауреатов Т. Шульца и Г. Беккера. Они определили «человеческий капитал» как экономическую оценку способностей человека, включающих его талант, образование, приобретенную квалификацию, врожденные способности, приносить ему доход.

Понятие «человеческий капитал» было введено в экономическую теорию для объяснения того, каким образом образование и опыт влияют на оплату труда и почему люди стремятся повышать уровень образованности. Под человеческим капиталом принято понимать меру воплощённой в человеке способности приносить доход. Человеческий капитал включает врождённые способности и талант, а также образование и приобретённую квалификацию.

На уровне предприятия человеческий капитал представляет совокупную квалификацию и продуктивные способности всех его работников. На уровне индивида человеческий капитал – это знания, умения, накопленный опыт и другие производственные характеристики, приобретаемые человеком в процессе учебы, профессиональной под-

готовки, практического опыта с помощью которых он может получать доход.

Таким образом, человеческий капитал, как на уровне страны, или региона, так и на уровне предприятия является определяющим производительным фактором. От него прямо зависит эффективность других интенсивных факторов развития предприятия.

Осознание важности изучения роли человеческого капитала в современном обществе позволило сформулировать цель, задачи и предмет нашего исследования. В качестве метода исследования был выбран метод анкетного опроса. Время проведения опроса – апрель 2016 г. В анкете использовались закрытые и открытые вопросы: о возрасте респондентов, поле, мнении относительно информированности работников о состоянии и перспективах развития человеческого капитала. С целью получения наиболее репрезентативных исследований, были опрошены женщины и мужчины различных возрастных категорий.

Цель исследования - оценить состояние перспективы развития человеческого капитала на современном предприятии.

Для достижения поставленных целей исследования были поставлены следующие задачи:

− выбор метода сбора и анализа первичной информации;

− разработка логической структуры инструмента сбора первичной информации;

− разработка анкет для социологического исследования (опроса);

− организация и проведение анкетирования;

− проверка адаптивности результатов и их корректировка;

− выявление мнение общества о человеческом капитале;

− определить отношение общества к развитию человеческого капитала;

− выделить направления инвестиций в человеческий капитал;

- определить факторы, оказывающие влияние на формирование человеческого капитала;

− выявить основные проблемы развития человеческого капитала.

Объектом исследования стали работники компании «Ростелеком» города Липецка в возрасте от 18 лет и старше. Численность выборки составила 32 человека.

Предмет исследования - проблемы и перспективы развития человеческого капитала в компании.

В ходе исследования были выдвинуты семь гипотез с помощью которых удалось сформулировать выводы по данной теме и рассмотреть данную проблематику с различных сторон.

По результатам исследования большинство работников имеет слабое представление о том, что такое человеческий капитал и путают это понятие с физическим капиталом (93,8%).

Ключевыми элементами развития человеческого капитала, по мнению респондентов, являются:

- на уровне страны: уровень и качество жизни - 81,25% опрошенных;
- на уровне организации: укрепление дисциплины труда, предусматривающее комплекс мер по усилению производственной и трудовой дисциплины, формирование чувства ответственности, развития творческой инициативы и других форм участия работников в жизни предприятия - 37,5 работников предприятия.

Большинство работников компании полагают, что отсутствует связь между возрастом, стажем и уровнем заработной платы (75%). Это явно показывает отсутствие предпосылок для развития человеческого капитала на данном предприятии и противоречит основным положениям теории человеческого капитала.

Одной из ключевых причин низкого уровня развития человеческого капитала в обществе, по мнению опрошенных, является низкая заработная плата, так считают 33.3% работников предприятия.

По мнению большинства респондентов в России инновационная экономика существует, но ее коэффициент по пяти бальной шкале не превышает 3-4 баллов.

Экономический метод оценки интенсивности труда на предприятии, является наиболее актуальным, так как измерения интенсивности труда позволяют дать оценку ее уровня с точки зрения достигнутого результата, в свою очередь позволяет выявить на раннем этапе основные проблемы развития человеческого капитала, так считают 56,3% работников предприятия.

Для развития человеческого капитала предприятия, по мнению работников, необходимо делать упор на образование и профессиональную подготовку, так считает 58% опрошенных.

Таким образом, исследование данной проблемы показало не только огромную значимость человеческого капитала в современном обществе, но и выявило ряд проблем. Одной из важнейших является отсутствие у большинства работников исследуемого предприятия представления о человеческом капитале, данное понятие большинство из них путает с определением физического капитала. Стоит также от-

метить мнение людей по поводу причин низкого уровня человеческого капитала. Большинство работников связывает это с невысоким уровнем заработной платы. В ходе данной работы также были выявлены ключевые элементы развития человеческого капитала как на уровне страны, так и на уровне предприятия. По результатам исследования также можно сделать вывод о невысоком уровне развития инновационной экономики в нашей стране и необходимости значительных инвестиций в этом направлении со стороны государства и каждого конкретного предприятия, в частности.

Гудкова Н.С.
Республика Беларусь, Полоцкий государственный университет
Научный руководитель: канд. техн. наук, доц. Банзекуливахо М.Ж.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ АВТОТРАНСПОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ПРИМЕРЕ ФИЛИАЛА «АТП №6 Г.НОВОПОЛОЦКА» ОАО «ВИТЕБСКОБЛАВТОТРАНС»

В настоящее время для обеспечения эффективности управления производством и построения конкурентоспособного бизнеса многие предприятия используют процессный подход. Для повышения эффективности деятельности транспортных организаций необходимо совершенствовать управление логистическими бизнес-процессами путем внедрения информационных систем, т.е. автоматизировать и оптимизировать бизнес-процессы.

Бизнес-процесс представляет собой:

− процесс из последовательности операций на предприятии, которые направлены на преобразование неких входных информационно-материальных потоков с целью получения результатов, представляющих ценность для клиента;

− процесс создания добавленной стоимости продукции, удовлетворяющей при этом потребностям клиента;

− совокупность взаимосвязанных функций, которые имеют один или более входов и выходов и завершаются созданием продукта, необходимого клиенту;

− упорядоченный процесс преобразования множества входов во множество выходов, который реализует бизнес-функцию предприятия;

− набор последовательных действий, которые приводят к решению определенной предпринимательской задачи.[1]

Бизнес-процесс начинается со спроса потребителя и заканчивается его удовлетворением, причем увеличиваются ценность для потребителя и рентабельность (меньшая себестоимость производства товара или услуги).[2]

В настоящее время самым эффективным способом организации бизнеса является комплексная автоматизация бизнес-процессов на базе создания собственной или внедрения готовой информационной системы, адаптированной под конкретную компанию заказчика.

Основная цель деятельности филиала «АТП №6 г. Новополоцка» - обеспечение надежности и стабильности экономических связей, минимизация материальных и временных затрат при оптимальном уровне качества оказываемых услуг.[3]

Логистическая система филиала «АТП №6 г. Новополоцка» ОАО «Витебскоблавтотранс» состоит из материальных, информационных, финансовых и сервисных потоков. Служба логистики в организационной структуре управления предприятием не выделена. Выполняют логистические функции и отвечают за бизнес-процессы отдел перевозок и маркетинга грузового и пассажирского транспорта, отдел экономики и финансов. Логистика предприятия находится на достаточном уровне развития и продолжает совершенствоваться.

Основной логистической целью является дальнейшее наращивание объема услуг, обеспечивающих платежеспособный спрос всех субъектов хозяйствования и населения области в перевозках.[4]

Логистические бизнес-процессы филиала «АТП №6 г.Новополоцка» ОАО «Витебскоблавтотранс» начинаются с момента получения заявки на перевозку, затем определяется вид транспорта и оптимальный маршрут с учетом информации о параметрах груза, условиях его транспортировки, заключаются договоры с заказчиками, происходит оформление документов.

---

[1] Автоматизация бизнес-процессов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.piter-soft.ru/automation/more/ glossary /process/ avtomatizatsiya-biznes-protsessa.

[2] Бизнес-процесс. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org.

[3] Бизнес-план развития на 2013 год филиала «АТП №6 г. Новополоцка» ОАО «Витебскоблавтотранс».

[4] Положение «Отдела экономики и финансов» филиала «АТП №6 г. Новополоцка» ОАО «Витебскоблавтотранс».

После этого осуществляется непосредственная перевозка груза, затем взаимное выставление претензий (если таковые имеются) и передача данных в бухгалтерию. На протяжении выполнения всех бизнес-процессов предприятия осуществляется непрерывный контроль качества и сроков их выполнения, регламентированный положением о соответствующем отделе, должностными инструкциями сотрудников отдела перевозок и маркетинга, технологией процесса работы отдела перевозок и маркетинга, технологией процедуры обработки претензий и другими документами, принятыми на предприятии.

Поскольку логистика предприятия продолжает совершенствоваться, управление логистическими бизнес-процессами
нуждается в ряде мероприятий, которые позволят повысить его экономическое благосостояние. Одним из таких мероприятий является внедрение автоматизированной системы контроля проезда (АСКП), представляющей собой единый комплекс оборудования, программного обеспечения и административных мероприятий. Это позволит повысить качество обслуживания пассажиров и сократить нагрузки на местный бюджет без увеличения тарифа оплаты проезда.

Что касается системы контроля автотранспорта, осуществляемого городские перевозки пассажиров и внутриреспубликанские грузовые перевозки, она может быть усовершенствована с помощью системы «КАП» (Контроль АвтоПарка). Ее главными преимуществами являются возможность отслеживания расхода топлива на протяжении всего маршрута поездки транспортного средства и наличие встроенного аварийного терминала.

Система работы персонала и передачи информации внутри организации также нуждается в усовершенствовании. Для этого требуется внедрить программу автоматизированной системы управления «Trans Trade», основными преимуществами которой являются возможность внедрения в организацию электронного документооборота (ведение электронной бухгалтерской документации, отчетов организации, а также документации по сделкам); возможность рассчитывать тарифы на перевозки автоматически, по заранее сформированным формулам и правилам; возможность выбора оптимального маршрута по заданным диспетчером критериям поиска; привлечение новых клиентов.

Для совершенствования организации перевозки тяжеловесных грузов с использованием контейнеров требуется приобрести платформу для перевозки двадцатифутовых контейнеров. Приобретение платформы позволит филиалу «АТП №6 г. Новополоцка» ОАО «Витебскоблавторанс» организовывать перевозку тяжеловесных грузов в соответствии с потребностями рынка, а также способствует привлечению новых клиентов и получению дополнительной прибыли.

Комплекс вышеуказанных мероприятий обеспечит надежность и стабильность экономических связей, минимизацию материальных и временных затрат при оптимальном уровне качества оказываемых услуг, а также будет способствовать дальнейшему наращиванию объема услуг, обеспечивающих платежеспособный спрос всех субъектов хозяйствования и населения в перевозках, то есть с помощью данных мероприятий будут достигнуты цели предприятия.

Давидюк Е.С., Супрунюк Е.В.
Республика Беларусь, Брест, БрГТУ
Научный руководитель: ст. преподаватель Кривицкая Т.В.

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В инновационной организации постепенно повышается роль мотивации персонала, который в процессе творческой деятельности становится самоуправляемой системой. В результате этого появляются дополнительные проблемы перед службой управления персоналом, однако влияние на работников можно осуществлять только косвенно, заменяя традиционное администрирование реализацией стилей руководства, предполагающих соучастие, признание личных заслуг конкретных специалистов, гласность деятельности и ее результатов, предоставление информации для самооценки.

Мотивация — это процесс побуждения кого-либо (отдельного человека или группы людей) к деятельности, направленной на достижение общих целей организации. Мотивация необходима для продуктивного выполнения принятых решений и намеченных работ. Мотивы как внутренние побуждения активности индивидов и групп следует отличать от внешних побуждений - стимулов, воздействия объективных условий. Стимулы становятся мотивами, если они соответствуют потребностям индивида.

Система мотивации инновационной деятельности организации рассматривается, в первую очередь, с точки зрения мотивации творчества. Мотивация творчества базируется на различных стимулах, основные из них выделяют: биологические, идеальные, экономические, социально-психологические.

Большое значение в инновационной деятельности предприятия имеет биологический стимул на уровне личности - это желание экономить силы, энергию, затрачивать сил меньше, а получать результат

при этом больший. Значительный эффект могут дать небольшие модификационные внутрипроизводственные инновации, такие как усовершенствование средств труда, технологических производств, рабочего места.

Идеальные стимулы – это желание познать новое, неизведанное, открыть истину. Особенностью инновационной деятельности по сравнению традиционной является наличие энтузиастов – людей, для которых сам процесс познания, освоения нового является самоценным, является способом реализации. Для таких людей мотивация переходит в самомотивацию.

Экономические стимулы — это факторы, усиливающие материальную выгоду, повышающие интерес у работников.

Причастность к созданию нового, передового, общение с творческими, интересными людьми также являются значительными социально-психологическими стимулами в инновационной деятельности. Люди активно участвующие в инновационном процессе стремятся к самовыражению, достижению высоких результатов.

В инновационной деятельности, характеризующейся неопределенностью и значительным риском, практически невозможно прогнозировать будущую потребность в трудовых ресурсах.

Работа в инновационной организации предъявляет дополнительные требования к потенциальному работнику. Ему необходимо обладать гибкостью и быстротой мышления, творческим потенциалом, креативностью, потребностью в творческой самореализации, умением адаптироваться к быстроменяющимся условиям работы, склонностью и способностью к обучению и переобучению. Потому что необходимо мотивировать сотрудников на долговременные работы, вселять в них уверенность своим оптимизмом и энергией.

Также стоит обратить внимание на то, что по мере развития научно-технического прогресса мотивировать человека извне становится все сложнее. Результат деятельности все в большей степени начинает зависеть от воли и возможностей работника, определяемых квалификацией. Мотивация персонала в инновационной деятельности организации предполагает комплексный охват различных аспектов использования человеческих ресурсов. Воздействие должно осуществляться так, чтобы обеспечивалось максимальное использование потенциала работников.

Давыдова М.В.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: ст. преподаватель. Дронова Н.А.

КРАУДФАНДИНГ КАК НОВЫЙ АСПЕКТ УПРАВЛЕНИЯ

Для развития собственного дела необходим стартовый капитал. В настоящее время существует много различных способов спонсирования и финансирования проектов. Необходимость финансовой деятельности заставляет игроков рынка принимать условия современного мира и конкурировать за потребителя. Краудфандинг является наиболее развивающимся и перспективным видом финансовой помощи.

Основная цель работы состоит в том, чтобы рассмотреть сущность краудфандинга как способа финансирования бизнес проектов и перспектив развития краудфандинга в России.

Объект исследования: краудфадинговые платформы.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить цели и задачи краудфандинга;
- рассмотреть историю краудфандинга в бизнесе;
- проанализировать особенности и перспективы развития краудфандинга в России.

Краудфандинг (от англ. crowd — «толпа» и funding — «финансирование») — коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций (реципиентов). Сбор средств может служить различным целям — помощи, пострадавшим от стихийных бедствий, поддержке со стороны болельщиков, поддержке политических кампаний, финансированию стартап-компаний и малого предпринимательства, созданию свободного программного обеспечения, получению прибыли от совместных инвестиций и многому другому.

Термин краудфандинг появился 2006 году, его автором является Джефф Хауи[1].

Суть краудфандинга состоит в том, что инициаторы проектов размещают свои идеи на специализированных порталах с указанием количества средств необходимых для реализации своего проект. Заинтересованные проектом перечисляют на счет проекта сумму в системе

[1] Официальный сайт “Краудфандинга в России” [Электронный ресурс] URL: http://crowdsourcing.ru/ дата обращения: 05.04.16).

«донейшн»[1]. Инвестиции подобного рода, как правило безвозмездные, хотя инвесторов иногда награждают первыми экземплярами продукции в случае успешной реализации проекта.

Существует два вида сделок через краудфандинг.

Первый — это создание системы пожертвований, основанной на наградах. Люди перечисляют денежные средства, на что взамен получают подарок от создателей проекта. Это может быть обед на двоих, бесплатный аперитив или просто брендированная футболка.

Второй путь — отдать в обмен на деньги долю в новом бизнесе. Данный вид сделки зависит от действующей законодательной базы в стране. Например, в США этот способ получил право на существование только в 2015 году, и уже успел собрать около 800 миллионов долларов. Из них на ресторанный бизнес пришлось 6,9 миллионов. Перспектива стать акционерами бизнеса нравится многим.

Цель любой краудфандинговой кампании — собрать необходимую для осуществления идеи сумму. Обычно проекту дается от 30 до 180 дней на сбор денег. Чтобы успеть показать свое предложение как можно более широкой аудитории, нужен маркетинг.

Краудфандинг в России сегодня только набирает обороты и далеко не так популярен, как на Западе. 2012 год считается полноценной точкой отсчета для коммерческого краудфандинга в России. Отставание на 3-4 года очень четко прослеживается и в данной отрасли.

Тем не менее, российский краудфандинг перешагнул порог по сборам в 175 млн. руб. Самыми известными краудфандинговыми площадками на данный момент являются Boomstarter и Planeta, стремительно набирающие популярность (75-80% оборота рынка), а также площадка Kroogi, предназначенная для музыкантов. Обе площадки работают по модели предоставления спонсору "нефинансового вознаграждения". Несмотря на полное сходство с американскими оригиналами российские площадки постепенно обретают свое собственное лицо. Так, например, Boomstarter не так давно ввел раздел с мероприятиями и продажей на них билетов. Теперь любой желающий может создать событие (например, приезд в Россию известного киноактера) и собрать на это деньги. А в рамках ежегодной Недели Российского Интернета Генеральный директор Boomstarter Евгений Гаврилин презентовал еще более новый и прорывной сервис - Подарки (КраудГифтинг). Он позволит собирать средства на подарки к значимым событи-

[1] Официальный сайт “Самопознание” [Электронный ресурс] URL: http://samopoznanie.ru/ (дата обращения: 05.04.16).

ям из любой точки мира[1].

Социальный краудфандинг также набирает обороты и с появлением таких игроков как Dobro.mail.ru начнет агрегировать все больше средств для помощи нуждающимся.

С марта 2013 года наблюдается рост заинтересованных пользователей к краудфандингу со стороны интернет-пользователей России. Проводится все больше мероприятий, направленных на популяризацию данного способа привлечения финансирования и портал Crowdsourcing.ru и компания "КраудКонсалтинг" наряду со своими партнерами и участниками рынка играет в данном процессе очень активную роль.

Ключевыми преимуществами краудфандинга являются:

- демократизация процесса поддержки искусства и культуры, а также генерирование дополнительного дохода для индустрии развлечений;

- поддержка инновационных решений и стартапов, что в том числе позволит традиционным посредникам находить успешных и талантливых людей;

- создание прозрачного и эффективного механизма для народного финансирования проектов.

Краудфандинг считается эффективным видом финансовой деятельности, но не приспособленным для нашей страны, на это так же указывает и тот факт, что принимать участие в проектах краудфандинговой направленности люди опасаются.

Остаётся надеяться, что с течением времени краудфандинг найдёт в России множество поклонников. А профинансировать хороший проект будет рад любой.

Таким образом, краудфандинг - это новый и не освоенный путь развития бизнеса, который может принести большие плоды в будущем.

Кроме инвестиций в проект краудфиндинг помогает молодым предпринимателям создать сообщество первых последователей бренда. Инвесторы выбирают проекты, в которые сами верят, услугами которых будут пользоваться. Они гордятся тем, что помогают классной идее. И с удовольствием расскажут друзьям и знакомым о том, что было создано благодаря их участию.

[1] Официальный сайт “Boomstarter” [Электронный ресурс] URL: https://boomstarter.ru/ (дата обращения: 05.04.16).

Дворникова Е.Н., Епифанцева С.В.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. филолог. наук, доц. Лесных Е.В.

ПРОБЛЕМА МИНИМИЗАЦИИ УРОВНЯ КОНФЛИКТНОСТИ В РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ МЕЖГРУППОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Бесспорным является тот факт, что все мы живем в конфликтном мире и в конфликтном обществе. Установлено, что социальные конфликты объективно неизбежны в любой социальной структуре. Более того, они являются необходимым условием общественного развития. Весь процесс развития общества состоит из конфликтов и консенсусов, согласия и противоборства. Сама социальная структура общества с ее жесткой дифференциацией различных классов, социальных слоев, групп и отдельных индивидов представляет собой неиссякаемый источник конфликтов. И чем сложнее социальная структура, чем более дифференцировано общество, чем больше в нем свободы, плюрализма, тем больше несовпадающих, а порой и взаимоисключающих интересов, целей, ценностей и, соответственно, больше источников для потенциальных конфликтов. Но одновременно в сложной социальной системе существует и больше возможностей и механизмов для успешного решения конфликтов, для нахождения консенсуса. Поэтому проблема любого общества, любой социальной общности состоит в том, чтобы не допустить (максимально снизить) негативные последствия конфликта и использовать его для позитивного решения возникших проблем. А следовательно, каждому человеку необходимо усвоить определенный минимум теоретических знаний по конфликтологии и практических навыков поведения в конфликтных ситуациях для того, чтобы эффектно решать возникающие проблемы и добиваться успеха во всех своих делах.

Предмет рассмотрения нашей работы – межгрупповые конфликты. С нашей точки зрения, исследование причин возникновения, особенностей протекания и способов разрешения именно этой разновидности конфликтов особенно важно, так как именно эти конфликты наиболее популярны в различных организационных структурах.

В своем исследовании мы использовали общенаучные методы исследования, в частности, анализ научной литературы в области конфликтологии, научных статей по проблемам оптимизации конфликтных отношений в организации, методы сравнения, анализа, описания и

проектирования рациональной организации межгруппового взаимодействия.

Специфика межгруппового конфликта состоит в том, что он вызревает и развертывается между различными группами в пределах данного коллектива (общности) или между группами, представляющими различные общности. Типичным проявлением такого рода конфликтов, отягощенных различными формами враждебности, вплоть до весьма острых, сопровождаемых настоящими побоищами, стали в последнее время стычки между фанатичными болельщиками различных футбольных клубов как в нашей стране, так и за рубежом.

Все типы конфликтов конструируются на основе типологизации, при которой выясняются и отбираются для обобщения наиболее характерные особенности, а второстепенные черты, признаки тех или иных конфликтных ситуаций и действий остаются в стороне как несущественные или недостаточно существенные для данного типа конфликтного поведения. На самом же деле реальные способы и формы возникновения, развития, разрешения конфликтов столь же разнообразны, как многообразны всевозможные цели, интересы, потребности, объединяющие или разделяющие людей в их конкретных помыслах, оценках и действиях.

Субъектами межгрупповых конфликтов выступают малые группы, организации, производственные и другого типа коллективы. Борьба подразделений предприятия за выгодный заказ, конкуренция фирм за рынок сбыта могут служить примерами этих конфликтов.

Выделяют 3 основных группы причин, приводящих к межгрупповым конфликтам:

1) объективные условия взаимодействия, связывающие или разделяющие социальные группы;

2) внутригрупповые процессы, в том числе конфликтные, протекающие в каждой из взаимодействующих групп;

3) содержание и направленность межгрупповых взаимодействий.

На сегодняшний день выявляются следующие типы межгруппового взаимодействия.

Соперничество - такой вид межгруппового взаимодействия, в котором социальные группы - коллективы предприятий, учреждений, спортивные команды и т.п. - состязаясь друг с другом, добиваясь одной цели, стремятся в чем-то превзойти соперника.

Столкновение - такой вид межгруппового взаимодействия, при котором соперничающие группы стремятся (или вынуждены) нанести ущерб, ощутимый, а иногда и гибельный, друг другу.

Доминация (господство) - такое межгрупповое взаимодействие, при котором одна группа имеет существенное преимущество в самом важном, в силу чего господствует над другой в экономическом, политическом, языковом и т.д. отношении.

Уклонение - такой вид взаимодействия между группами, в процессе которого одна из них или обе стремятся отстраниться, отойти, отодвинуться от другой, чтобы избежать столкновения, удара, нападения и т.п.

Избегание - такое межгрупповое взаимодействие, при котором одна из конфликтующих групп стремится отделиться, удалиться от другой, избежать встречи с ней, сулящей за собой неприятные, нежелательные последствия.

Аккомодация - такой вид межгруппового взаимодействия, в процессе осуществления которого одна группа (как правило, уступающая в могуществе, силе, богатстве и т.п. другой) стремится приспособиться к давлению более сильной социальной группы.

Ассимиляция - специфический вид межгрупповой динамики, характерный тем, что одна группа уподобляется другой в каком-либо важном отношении усваивая ее существенные особенности, нормы поведения и т.п.

Одним из основных источников конфликтов является соперничество, культивируемое во многих организациях. Соперничество представляется как одно из средств повышения эффективности внутри группы в противовес сотрудничеству. Руководитель предполагает, что стремление каждого добиться наибольших результатов, выделиться среди других сотрудников повысит общий уровень работоспособности группы. Однако в большинстве случаев психологические механизмы срабатывают в противоположном направлении и вместо эффективной деятельности менеджер получает конкурентную борьбу. Соперничество влечет за собой агрессию, а конкуренция провоцирует вражду. Как показывают экспериментальные исследования, достаточно поместить нормального человека в ситуацию соревнования, как актуализируется агрессивное поведение. И чем сильнее противоборство, тем больше будет негативных проявлений, тем сильнее разрастется конфликт.

Усилия руководителя целесообразнее направить в сторону сплочения группы, формирования организованного взаимодействия - сотрудничества.

Дёмина Е.Н.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Гурина М.А.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ КАК РЕЗУЛЬТАТА ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Помимо отношений производства, в экономике существуют иные виды отношений, в частности распределительные. Они реализуются в системе доходов населения и других субъектов хозяйства. В самом общем виде категория «доход» трактуется как поток денежных поступлений в единицу времени. Доходы населения — это все материальные средства, которые домохозяйства получают как результат экономической деятельности или как трансферты. Доходы поступают населению в денежной и натуральной формах. Натуральная форма доходов включает продукцию, произведенную домохозяйствами для собственного потребления, натуральные трансферты (продукты питания, одежду).

Стремление к максимизации своего дохода диктует экономическую логику поведения любому рыночному субъекту. Доход является конечной целью действий каждого активного участника рыночной экономики, объективным и мощным стимулом его повседневной деятельности. Но высокие личные доходы выгодны не только индивиду, это и общественно- значимая выгода, поскольку они, в конечном счете, являются единственным источником удовлетворения общих потребностей, расширения производства, а также поддержки малообеспеченных и нетрудоспособных граждан. Принцип рыночной стратегии в сфере доходов можно сформулировать так: «Все не могут быть богатыми, но никто не должен быть бедным».

Доход всегда представлен деньгами. Это значит, что условием его получения является эффективное участие в экономической жизни общества: живем мы на зарплату или за счет собственной предпринимательской деятельности, - в любом случае мы должны сделать нечто полезное для других людей. Лишь тогда они передадут нам часть находящихся в их распоряжении денег (точно также, как и мы не расстаемся со своими деньгами, не приобретя взамен нечто полезное именно для нас). Следовательно, сам факт получения денежного дохода есть объективное свидетельство участия данного лица в экономической жизни общества, а размер дохода - показатель масштаба такого участия. Ведь деньги, пожалуй, единственная на свете вещь, которую

нельзя выдать самому себе: деньги можно получить только от других людей.

Рыночный же доход всегда есть результат наших полезных - для других людей - усилий. Значит, он во многом определяется совпадением предлагаемых нами товаров и услуг с предъявляемым «другими людьми» спросом. Взаимодействие спроса и предложения - объективный механизм образования доходов в рыночной экономике, в том числе и доходов населения. Конечно, в таком механизме есть элементы случайного и потому несправедливого, но другого способа получения доходов в рыночной экономике не существует.

Осознание важности изучения проблемы формирования доходов населения в результате его трудовой деятельности позволило сформулировать цель, задачи и предмет нашего исследования. В качестве метода исследования был выбран метод анкетного опроса. Время проведения опроса – февраль 2016 г. В анкете использовались закрытые и открытые вопросы - о возрасте респондентов, поле, мнении относительно источников, видов и способов получения доходов. С целью получения наиболее репрезентативных исследований, были опрошены женщины и мужчины различных возрастных категорий.

Целью данной работы стало исследование проблемы формирования доходов занятого населения, выявление источников, способов их получения, отношения трудоспособного населения к разным формам и видам доходов; мотивации трудовой деятельности.

Для достижения поставленной цели исследования необходимо было решить следующие задачи:

− определить факторы, которые влияют на размер получения доходов;

− выявить, как население относится к теневой экономике и «серой» заработной плате;

− определить, для каких целей люди имеют личное подсобное хозяйство;

− узнать, удовлетворенно ли население уровнем заработной платы по основному месту работы и какие источники доходов превалируют в структуре бюджета занятого человека.

Объектом нашего исследования стали люди в возрасте от 14 до 72 лет. Выборка составила 76 человек.

Предметом исследования выступают особенности получения доходов и факторы, влияющие на размер их получения; отношение трудоспособного населения к различным формам дохода, причины мотивации трудовой деятельности, а также взаимосвязь труда и полу-

чения доходов; социологические данные о видах и источниках доходов.

В ходе исследования были выдвинуты шесть гипотез, с помощью которых удалось сформулировать выводы по данной теме и рассмотреть данную проблематику с различных сторон.

Было установлено, что основная часть трудоспособного населения имеет более одного источника дохода следующих его видов: а) доход от занятости в качестве наёмного работника на полный рабочий день (44,7%); б) доход от работы по совместительству (11,8%) и занятие индивидуальным предпринимательством (19,7%); в) доход от банковского вклада (9,2%).

Около 45,8% трудоспособного населения отрицательно относится к «серой» заработной плате, но согласились бы неофициально поработать по причине более высокого её уровня и отсутствия возможности найти работу по специальности и с соответствующим уровнем оплаты. Данные подтверждают функционирование рынка с «серой» заработной платой и перспективы его сохранения в ближайшем будущем.

Исследование показало, что большая часть занятого в теневой экономике населения – это работающие пенсионеры, молодые люди в возрасте до 25 лет и люди без высшего образования.

Выводами исследования стал тот факт, что большая часть трудоспособного населения на первое место в иерархии интересов, связанных с работой ставит исключительно получение дохода (78,9%), на втором интерес к работе как таковой (50%) и на третьем месте связанный с ней карьерный рост (35,5%).

Сохраняется тенденция получения дохода от ЛПХ - 64,5% трудоспособного населения имеет доход от личного подсобного хозяйства, в том числе для 26,5% - это дополнительный доход, для 6,1% - основной доход, для 16,3% - это хобби или дополнительное время провождение, полезная занятость.

В современной рыночной экономике не выросла доля альтернативных источников доходов связанных со сдачей жилья в аренду, вкладами в банк по проценты и доходом от игры на рынке ценных бумаг, так как выбрали всего14,1% их всех опрошенных респондентов.

Таким образом, исследование показало, что в структуре доходов населения основная доля формируется за счет трудовой занятости по основному месту работы и получения заработной платы. При этом остается высокой доля «серой» заработной платы и сохраняется значение ЛПХ в структуре бюджета работающего населения, что является свидетельством неудовлетворенности доходом по основному месту

работы. Слабая реализация воспроизводственной и стимулирующей функции заработной платы формирует исключительно мотивацию к получению доходов, оставляя на втором месте интерес к работе как таковой.

Дорохина А.Ю.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Суханов Е.В.

ЛИЗИНГ - КАК ФОРМА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ АПК

Сегодня Россия переживает трудное время, когда экономика нестабильна, а бюджет дефицитен на фоне падения нефти и санкций Евросоюза. И именно сейчас государство надеется на собственного производителя в лице малого бизнеса, особенно в сфере агропромышленного комплекса (АПК). Ведь именно эта деятельность дает наиболее эффективный результат в короткие сроки, так как она может осваивать любые сферы производства, а большая конкуренция способствует качеству продукции.

Но как бы малые сельхозпредприятия не стремились к развитию, им необходима государственная поддержка. Она может осуществляться в форме дотаций или в форме лизинга с частичной оплатой. Именно о лизинге и пойдет речь.

В первую очередь надо определиться, что такое лизинг? Лизинговая деятельность в нашей стране на сегодняшний день регламентируется Гражданским Кодексом РФ, Законом РФ «О лизинге» от 29.10.1998 г. № 164-ФЗ (ред. от 31.12.2014). Согласно ст. 2 закона «О лизинге» под лизингом понимается вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его на основании договора лизинга физическим или юридическим лицам за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях, обусловленных договором с правом выкупа имущества лизингополучателем[1].

Эта деятельность имеет ряд преимуществ. Во-первых, каждый субъект получает тот вид финансовой поддержки, в которой он нуждается в данный момент. Во-вторых, в лизинговой поддержке задействованы средства, как самого субъекта, так и государства. И, в-третьих,

[1] Федеральный закон от 29 октября 1998 г. N 164-ФЗ "О финансовой аренде (лизинге)" (ред. от 31.12.2014). [Электронный ресурс] // URL: URL: http://base.consultant.ru/cons. (дата обращения: 05.02.2016).

отсутствие многочисленных проверяющих и контролирующих органов оказывающих финансовую поддержку, что способствует более эффективной работе производителя.

Сегодня наиболее ярко выделяется поддержка в форме лизинга для сельхозпроизводителей. Для этого была создана компания с государственным участием АО «Росагролизинг», которая кредитует малых производителей.

Деятельность Росагролизинг направлена на выполнение целевых показателей Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 гг. и Доктрины продовольственной безопасности РФ.

Поставка современных средств производства и модернизация основных производственных фондов сельхозтоваропроизводителей производится за счет средств уставного капитала, который на 1 января 2016 года составляет 81,1 млрд. рублей, и 99,99% акций компании принадлежит Российской Федерации.

Поставка и обновление материально-технических ресурсов, не предусмотренных Государственной программой и основными принципами расходования средств уставного капитала, осуществляется по программам коммерческого лизинга за счет привлечения внебюджетных источников финансирования.

В 2015 году российские сельхозпроизводители получили возможность приобрести сельхозтехнику в лизинг с 15-процентной скидкой.

В рамках сотрудничества АККОР и Росагролизинг реализовалась специальная программа по лизинговым поставкам сельхозтехники, хозяйствам – членам ассоциации российских фермеров.

Росагролизинг предоставляет услуги членам Ассоциации на льготных условиях, а АККОР в свою очередь берет на себя ответственность за выполнение фермерами взятых на себя обязательств. Были заключены договора с рекомендованными региональными ассоциациями фермерскими хозяйствами. В соответствии с заявками фермеров в лизинг предоставляются трактора, комбайны, подвесная техника. Всего Кредитным комитетом АО «Росагролизинг» были удовлетворены заявки от 20 региональных ассоциаций на сумму более 200 млн. рублей.

Так, квота Минсельхоза Липецкой области на приобретение техники составляла 8 млн. рублей. Чтобы получить часть этих средств, липецкий производитель должен был подать заявку в Росагролизинг и компания предоставляла технику в кредит без залога и

первоначального взноса с удорожанием 2-3%. в год от закупочной цены.

Данная льготная программа будет продолжена и 2016 году. В ее рамках предусмотрены обновления машинно-тракторного парка и Росагролизинг поставит в хозяйства сельскохозяйственную технику на общую сумму 1 млрд рублей. Участниками программы в этом году станут аграрии 11 регионов России – Краснодарского, Приморского краев, Республики Коми, Крыма, Карачаево-Черкесии, Амурской, Архангельской, Воронежской, Курской, Липецкой, Сахалинской областей.

Анализ существующей практики финансовой поддержки малого предпринимательства в Липецкой области показал, что на сегодняшний день лизинг – один из самых эффективных способов финансово имущественной поддержки субъектов АПК. Ведь именно у нас на крупных предприятиях значительная часть машинного парка простаивает или недоиспользуется, в то время как малые предприятия испытывают острую нужду в оборудовании. Лизинг как разновидность кредита обеспечивает полное финансирование капиталовложений предпринимателя без отвлечения средств из производственного процесса.

Исходя из всего вышесказанного, можно быть уверенным, что предоставленные средства будут использоваться по своему прямому назначению. Преимущества лизинга для финансирования малого бизнеса в сфере АПК несомненны. Хотелось бы, чтобы многие лизинговые кампании брали пример с Росагролизинга и поддерживали малых производителей всех сфер экономики. Ведь это так трудно подняться на "ноги", а особенно в условиях нестабильной экономики. Немаловажную роль при этом должны сыграть местные органы власти и непосредственно те структуры, которые отвечают за поддержку малого бизнеса в регионе. При правильном и скорейшем разрешении этого вопроса будет решена одна из основных проблем становления и развития малого предпринимательства – имущественная поддержка субъектов малого бизнеса.

Главное – это создать условия, при которых лизинговые компании смогут и захотят работать с субъектами малого предпринимательства, а малые предприятия на собственном опыте почувствуют эффективность применения системы лизинга в приобретении основных средств.

Инютина А.Д.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Гурина М.А.

ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЁННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

Социальная политика предприятия — комплекс мероприятий, связанных с предоставлением своим работникам дополнительных льгот, услуг и выплат социального характера.

Реализации социальной политики на предприятиях на современном этапе связывается с рядом причин. Во-первых, это обусловливается конкуренцией и появлением на рынке предприятий с иностранным капиталом, где собственники предлагают своим российским сотрудникам социальные программы, более привлекательные в сравнении с отечественными предприятиями конкурентами. Среди российских предприятий появляется осознание того, что конкурировать на рынке труда можно не только по уровню заработной платы, но и по объему и содержанию социальных пакетов. Возникает стимул для руководства предприятий к внедрению современных систем повышения мотивации работников.

Во-вторых, проблема реализации социальных программ на российских предприятиях возникает в связи с угрозой дефицита рабочей силы, проблемами привлечения квалифицированного персонала и омоложения трудовых коллективов, с которыми уже сейчас сталкиваются многие предприятия. Поэтому перед предприятием возникает задача поиска новых механизмов привлечения и закрепления работников. В этом отношении создание привлекательного социального пакета связывается не только с механизмами привлечения молодых работников, но и механизмами безболезненного высвобождения прежнего персонала на пенсию.

В-третьих, для предприятий нового частного сектора возникла необходимость осознания «своего места на рынке». Кроме решения финансовых, технологических и организационных вопросов, актуальных на первых этапах развития фирмы, возникла необходимость интенсификации внутрифирменных отношений, определение своих отличительных характеристик, среди которых – формирование особого стиля внутрифирменных отношений, корпоративной этики. Основным аргументом при выборе достойного социального пакета для многих является то, что компании, предлагают своим сотрудникам различные льготы.

Главная цель любой проводимой социальной политики - создание необходимых материальных и социально-бытовых условий для привлечения и закрепления на предприятии высококвалифицированных специалистов.

Основными принципами социальной политики предприятий должны стать создание комфортных условий для труда и отдыха работников, повышение их социальной защищенности, улучшение трудовых и социальных отношений в коллективе. Комплекс этих мероприятий дает существенный вклад в обеспечение стабильности и эффективности работы, в повышение деловой репутации предприятия в целом.

Таким образом, социальная политика предприятия является составной частью механизма совершенствования качества рабочей силы и условий ее эффективной реализации.

Осознание необходимости изучения социальной политики предприятия позволило сформулировать цель, задачи, предмет исследования. Для проведения исследования был выбран метод анкетного опроса. Время проведения опроса – март 2016 г. В анкете использовались различные типы вопросов. С целью получения наиболее репрезентативных исследований были опрошены женщины и мужчины.

Целью работы стало исследование оценки степени удовлетворённости респондентов в области социальной политики предприятия.

В качестве объекта исследования были выбраны занятые в различных сферах деятельности люди с высшим и средним специальным образованием.

Во время исследования было выдвинуто 6 гипотез, с помощью которых удалось сформулировать выводы по данной теме и рассмотреть данную проблематику с различных сторон.

Так было установлено, что социальная политика предприятия –является важным, но не определяющим фактором трудоустройства, поэтому не становится причиной частой смены места работы, так считают 58% опрошенных.

54 % респондентов считают, что социальная политика предприятия частично мотивирует людей для эффективного выполнения своей работы, но это не является главным критерием мотивации. Это является свидетельством того, что большинство занятых на современных российских предприятиях не удовлетворены факторами окружения в полном объеме.

Важными элементами социальной политики предприятия для людей с высшим образованием являются: заработная плата, дружный

коллектив, корпоративный дух, благоприятные условия труда – их выбрали 41,7%, 30,6% и 8,3% респондентов соответственно.

Для работников со средним образованием актуальными элементами социальной политики выступают - заработная плата и условия труда (28,6% и 42,9% соответственно). Что является свидетельством о неудовлетворенности базовыми гарантиями занятости среди этой категории работающих граждан.

Исследование показало, что в рамках реализации социальной политики организация, как правило, стремится оказать помощь своим сотрудникам в повышении уровня образования. Это подтвердили 58% респондентов.

Неформальной обстановкой в коллективе, которая складывается в рамках социальной политики, довольно 54% опрошенных. Как правило, благоприятные неформальные отношения поддерживаются различными корпоративными мероприятиями, что подтверждают 58,3% респондентов.

Исследование показало различный уровень удовлетворённости социальной политикой предприятия среди мужчин и женщин. Так, среди мужчин средний уровень удовлетворённости социальной политикой предприятия составил 3 балла, а среди женщин – 4. Отсутствует дифференциация во взглядах у людей с высшим образованием и средним специальным образованием. Удовлетворенность обеих категорий составила 4 балла по 5-ти балльной шкале.

Таким образом, результаты исследования доказывают важную роль, которую играют элементы социальной политики для современного работника. Отсутствие полной удовлетворенности различными её элементами формируют отношение большей части опрошенных как к фактору мотивации. Особенно эта тенденция характерна для работающих мужчин и занятых со средним образованием.

Исследование показало, чем выше уровень образования, тем критичнее становятся факторы социальной политики более высокого порядка – корпоративная культура и дружный коллектив. Однако, присутствие в выборе опрошенных работников независимо от образования таких элементов, как зарплата и условия труда, свидетельствует о низком уровне удовлетворённости факторами окружения на современных предприятиях.

В заключении можно сделать вывод о необходимости повышения требований к социальной сфере, как со стороны государства, так и в рамках договорных отношений самих работающих.

Кобзева С.Н.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: ст. преподаватель Коротина Г.И.

ОСОБЕННОСТИ АМЕРИКАНСКОЙ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: СТАВКА НА ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ

В XXI веке, веке информационно прогрессирующих технологий, успех современной организации зависит от эффективно выстроенной системы управления персоналом. С тех пор, как люди стали интегрироваться в группы для достижения единых целей, они стали нуждаться в управлении. Впервые менеджмент как наука возник в США.

Углубляясь в историю необходимо отметить, что в эпоху индустриальной революции (XVII — XVIII вв.) именно американские промышленники в качестве главной цели определили извлечение максимум прибыли путём сокращения издержек на содержание рабочей силы. Позднее сложилось целое системное направление американского менеджмента. В настоящее время блестящим фурором американский подход к управлению пользуется в Канаде, Новой Зеландии, странах Европы, Австралии и других странах.

На сегодняшний день американская система управления характеризуется персональным подходом к отдельной ситуации и чёткой стратегией, прочно сформированной ещё в 60-х годах минувшего столетия. Способность покупателей реагировать на изменение спроса наряду со стратегическим управлением даёт объективную возможность американским компаниям наращивать свою конкурентоспособность и удачно выходить из трудного положения.[1]

Прежде всего, американская модель управления направлена на повышение цены и прибыльности компании, показатели которых рассчитываются за непродолжительный период. Указанные цели требуют высокой гибкости системы управления, позволяющей оперативно приспосабливать компании к большей подвижности внешней среды, эффективно реализовывать инновационные и рискованные проекты. Ведущей особенностью, гарантирующей

[1] Мескон М., Хедоури М., Альберт Ф. Основы менеджмента: учебник. М.: Дело, 2011. 702 с.

авторитет американских фирм в мировом хозяйстве, является концепция «делать с первого раза», в соответствии с которой осуществляется комплексный контроль качества.

В основе американского индивидуализма лежит обыкновение надеяться только на самого себя, будучи даже неуверенным в удаче. Американская система управления опирается на ряд качеств, без которых почти немыслимо построить карьеру в США, - свойство брать на себе слишком много, амбициозность, честолюбие, оптимизм. Они подчеркивают свою исключительность, стремятся добиваться быстрого и большого успеха.

В рабочем коллективе классической американской компании конкуренция, являющаяся одной из основных условий руководства к соискателям и поощеряемая управляющими, считается нормальным явлением. В Америке соперничество среди коллег позволит «взлететь» по карьерной лестнице, а компании достигнуть наилучших результатов в деятельности. Улыбчивый напарник за соседним столиком – это потенциальный соперник, враг. Для менеджеров уровень честолюбия каждого сотрудника не является тайной, что в свою очередь позволяет оперативно манипулировать сознанием работника для достижения высоких результатов. Американцы считают, что для повышения работоспособности работников, необходимо переложить часть обязательств организации на сотрудника, в обязанности которого по должности это не входит.

Выделяют следующие ведущие характеристики американских компаний:

− жёстко формализованная структура управления;

− принятие на работу исключительно исходя из деловых качеств;

− в коллективе всецело формальные отношения, в частности с подчинёнными;

− на каждом уровне единоличное принятие решения и соответствующая ответственность за него;

− узкая специализация как менеджеров, так и работников;

− отсутствие гарантий для работников;

− заработок зависит только от личной производительности;

− не осуществляется обучение сотрудников.

В американском подходе к управлению персоналом есть как плюсы, так и минусы. Так, никто не станет учить новичка по профессии, потому что считается, что в своё образование человек должен инвестировать собственные средства. При данной модели управления никто не будет прощать оплошности сотруднику только потому, что

он отдал компании 20 лет своей жизни, несмотря на личные заслуги и обстоятельства. Для американских женщин нет понятия декретного отпуска, самое большое, что гарантируют молодой маме – это несколько месяцев.[1]

Но есть и положительные стороны. Американцы, помимо работы, могут менять свою профессию в течение жизни несколько раз. Нам невозможно представить, как врач поликлиники в 45 лет может стать востребованным юристом. А в Америке подобное реально, поскольку почти нет дискриминации по возрасту. То есть пол, возраст, раса, сексуальная ориентация – всё это при приёме на работу в американскую компанию несущественно. В любой момент работник может уйти из организации, так как в этой модели нет места долгосрочной занятости. В основном американская модель управления является прозрачной и честной до тех пор, пока сотрудник не родит или не примет неправильное решение.

Сегодня ведущее значение американской модели управления в мире бесспорно, а воздействие на совершенствование теории и практики наиболее значимо. В последнее время американский менеджмент стал приобретать черты японской модели управления, не менее популярной. Многие считают, что американская модель начала утрачивать свои лидирующие позиции, хотя это можно рассмотреть как очередной этап её развития. В связи с этим американские учёные ставят и разрабатывают реальные проблемы менеджмента, пытаясь при этом находить ответы на возникающие вопросы.[2]

Таким образом, современная рыночная экономика требует для себя соответствующей системы управления, способной адаптироваться к кардинальным преобразованиям вместе со всем обществом. Эффективная система управления должна обеспечить конкурентные преимущества организации: прогнозируемость финансового результата, стабильность. Также в условиях перехода к рыночным отношениям важнейшим фактором успеха становится непрерывное совершенствование теории и практики управления.

---

[1] Виханский О.С. Менеджмент XXI века: учебник. М.: Инфра-М, 2014. 488 с.

[2] Зайкина К. А. Современное управление персоналом: зарубежный опыт // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: №6 (29 ноября 2015 г.) [Электронный ресурс] // URL: http://www.fineco-biz.com/katalog/ (дата обращения: 12.04.2016).

Коблякова А.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. социолог. наук, Башлыков Т.В.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Сегодня одним из важнейших факторов, влияющих на динамичное развитие информационного общества, является создание «электронного правительства» Суть электронного правительства состоит в использовании виртуального пространства для совершенствования моделей оказания услуг, участии граждан в управлении посредством преобразования внутренних и внешних взаимодействий через информационные технологии ,сеть Интернет и новые средства массовой информации.

Реализация мероприятий по развитию электронного правительства[1] в России началась в 2002 году с принятием Федеральной целевой программы «Электронная Россия (2002–2010 годы)» и продолжилась в рамках государственной программы «Информационное общество (2011- 2020 годы)». С 2010 года приоритетным направлением стало предоставление государственных и муниципальных услуг в электронной форме с целью повышения качества взаимоотношений государства и общества, в том числе качества и оперативности предоставления государственных и муниципальных услуг. В настоящее время созданы и действуют основные инфраструктурные системы, составляющие техническую базу перевода предоставления услуг в электронную форму, включая: Единый портал государственных и муниципальных услуг, региональные порталы государственных и муниципальных услуг, созданные почти во всех субъектах Российской Федерации, 5 официальные веб-сайты и порталы органов государственной власти и местного самоуправления, мобильные приложения,;Единую систему идентификации и аутентификации, в которой на конец 2015 г. зарегистрировано около 20 млн. человек и к которой были подключены практически все федеральные органы власти, предоставляющие услуги и региональные порталы услуг, что позволяет пользоваться одним идентификатором для доступа к электронным государственным и му-

[1] Электронное правительство: понятие и перспективы развития. Статьи по предмету Информационное право. [Электронный ресурс] // URL: http://justicemaker.ru/ (дата доступа:06.05.16).

ниципальным услугам различных поставщиков и через различные каналы; Государственную информационную систему о государственных и муниципальных платежах, позволяющую физическим и юридическим лицам получить информацию о своих обязательствах перед бюджетами бюджетной системы Российской Федерации по принципу «единого окна» и осуществляющую учет платежей и начислений при предоставлении услуг; ряд других систем.

В результате в последние годы наблюдается быстрый (а по отдельным группам услуг – взрывной) рост предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме. Через Единый портал государственных и муниципальных услуг за первые 10 месяцев 2015 года заказано около 24,3 млн. электронных услуг - почти в два раза больше, чем за аналогичный период 2014 года, при этом рост числа заказанных региональных услуг составил 3,7 раза. По результатам мониторинга Минэкономразвития России уровень удовлетворенности граждан качеством предоставления услуг растет и достиг в 2014 году 81,2% (доля граждан, оценивших качество предоставления государственных и муниципальных услуг как «очень хорошо» и «скорее хорошо»; на «очень хорошо» оценили это качество 6 28,4% пользователей). При этом уровень удовлетворенности электронными услугами, предоставленными через Единый портал государственных и муниципальных услуг и официальные веб-сайты федеральных органов власти, выше и составляет соответственно, 87,5% и 84,7% от количества граждан, воспользовавшихся ими.

Несмотря на резкий скачок вверх в рейтинге ООН развитие электронного правительства в мире (с 59 на 27 место), далеко не значит, что применение ИТ в России обеспечивает полную эффективность работы в действующих механизмах. Эксперты утверждают, что в данном проекте не решено множество организационных и технических вопросов. Отсюда вытекают следующие основные проблемы [1] и трудности внедрения электронного правительства в России:

1. Отсутствие нормативной и правовой базы, регулирующей сферу электронного правительства. Без правового регулирования отношений между правительством и гражданами в экономической, социальной, управленческой сферах нельзя ожидать позитивных результатов.

[1] Проблемы электронного взаимодействия государства и населения и пути их решения. [Электронный ресурс] // URL: http://novainfo.ru/a (дата доступа: 06.05.16).

2. Образование, квалификация, опыт и состав государственных служащих не соответствуют требованием новой информационно-коммуникационной технологии, что сдерживает оптимизацию деятельности и повышение эффективности государственного аппарата, а тем самым развитие общества. Поэтому служащих, не обладающих соответственными знаниями и умениями, надо отстранить от работы в государственном аппарате.

3. Необходимость использования только линцензированного программного обеспечения;

4. Проблема утечки конфиденциальной информации;

5. Проблема правильной организации взаимодействия собственных информационных систем, используемых ведомствами, со сферой электронных услуг, которые находятся в Интерне и доступны гражданам.

6. Проблема единой структуры. Чиновники, выступающие как заказчики проектов, не могут пока добиться их эффективности и в силу масштаба задачи, и в силу отсутствия адекватной единой структуры управления комплексом ИТ-проектов.

7. Цифровое неравенство - далеко не все граждане имеют возможность использовать компьютер и сеть Интернет (в основном это пенсионеры)

В настоящее время для решения этих задач сложились благоприятные предпосылки: повысилось качество и доступность предоставляемых услуг населению и организациям, повысилась результативность, качество и прозрачность работы государственного аппарата на основе применения информационно-коммуникационных технологий; расширяется доступ населения к электронным средствам коммуникаций и сети «Интернет». По уровню распространения персональных компьютеров среди населения и доступности Интернета Россия стремительно сокращает отставание от развитых стран.

Таким образом, внедрение электронного правительства связано с решением конкретных проблем, существующих сегодня в практике публичного управления (необходимость повышения уровня прозрачности государственных услуг, предотвращение коррупции, повышение эффективности государственного управления на всех уровнях), и призвано открывать новые каналы политической коммуникации для государства и общества, способствовать повышению уровня доверия граждан к власти.

Комоликова Е.В.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Аксенова М.А.

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ В ОРГАНИЗАЦИОННОМ РАЗВИТИИ: СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД

В современных условиях развития экономики, глобализации общества и развития информационных процессов, становится очевидным, что главным фактором развития общества и каждой отдельной организации в целом является работник. Работник с его физическим и творческим потенциалом, и способностью к саморазвитию. Искусство управлять людьми и их поведением, становится одним из важнейших условий роста и конкурентоспособности предприятия. В связи с этим возникает необходимость постоянного изучения и исследования как научных, так и современных теорий поведения человека.

Для любой организации важно, чтобы ее сотрудники вели себя определенным образом. Поэтому главным для менеджмента современных предприятий становится проблема эффективности управления. Поведение человека – совокупность осознанных, социально значимых действий, обусловленных занимаемой позиции, т.е. пониманием собственных функций.[1] Очень важно знать основные теории ролей и поведения человека в организации с целью эффективного использования и раскрытия их трудовых способностей, исходя из особенностей поведения человека.

Кроме чисто научных теорий, познания о человеке в организации неизменно дополняются разными частными исследовательскими центрами, профессиональными объединениями и сообществами. В связи с этим сегодня представить все разнообразие теорий представляется непростой задачей. Однако существует устоявшийся набор фундаментальных теорий, на которых основываются все позднейшие и новейшие разработки. Таким базисом являются школы менеджмента об организационном поведении, каждая из них имела свои представления о причинах человеческих поступков и методах управления человеческим поведением.

Первый большой шаг к рассмотрению менеджмента как науки был сделан Ф. Тейлором, который основал движение научного управления. Школа научного управления отмечала, что производительность является итогом научно организованного труда человека и эффектив-

[1] Л.Д. Столяренко. Социальная психология. М.: Феникс. 2012. С.125.

ность труда рабочего зависит, прежде всего, от материальной стимуляции. А. Файоль определил, что для любой организации характерно присутствие определённых видов деятельности и функций. Весь процесс управления он разделил на пять основных функций, которые до сих пор используются в управлении организацией: планирование, организация, подбор и расстановка кадров, руководство (мотивация), контроль.

Основоположником «школы человеческих отношений» является Элтон Мэйо. Выводы, сделанные этой школой, были в корне отличными от положений научного менеджмента, т.к. центр внимания переносился от задач, операций, функций, исполняемых рабочим, на систему взаимоотношений, на человека, рассматриваемого уже не как машину, а как социальное существо.[1] В отличие от Тейлора, Мэйо считал, что предпосылкой многих поступков людей является не только справедливое вознаграждение и правильно организованный труд, но в большей степени групповые отношения. Э. Мэйо считал, что для наиболее эффективного развития организации менеджеры должны больше внимание уделять, в первую очередь, созданию благоприятных взаимоотношений в коллективе.

Еще одним важным направлением является теория бихевиоризма, в которой выражается главная мысль школы поведенческих наук. Основной целью школы было повышение эффективности организации за счет повышения ее человеческих ресурсов. Р. Лайкерт, Д. Макгрегор, А. Маслоу, являются наиболее яркими представителями поведенческого (бихевиористского) направления. Они изучали различные нюансы социального взаимодействия, мотивации, характера власти, лидерства, организационной структуры, коммуникации в организации, конфигурации содержания работы и качества трудовой жизни. Человек в концепции бихевиоризма понимается как реагирующее, действующее, обучающееся существо, запрограммированное на те или иные реакции, действия, поведение. Изменяя стимулы и подкрепления, можно ориентировать человека на требуемое поведение.

Принципиально важное значение для развития управления человеческими ресурсами имела концепция «X-Y» Д. Мак-Грегора. Согласно теории «X» человек: имеет врождённую антипатию к труду; нуждается в принуждении к труду и санкциях в случае уклонения; не желает нести ответственность и предпочитает, чтобы им управляли. Для теории «Y» характерно следующее: работа естественна, как игра;

[1] Л.В. Карташова. Организационное поведение. М.: ПРИОР. 2011. С.26.

отношение к труду развивается у человека под воздействием его опыта; человек готов совершенствовать свои умения, брать на себя ответственность, осуществлять поставленные цели при условии вознаграждения; не нуждается в неизменном контроле.

Сегодня наиболее общепризнанными теориями, объясняющими поведение человека в организации, принято считать теории функционального, ролевого и социального поведения.

В функциональной теории предполагается, что значение человеческого поведения в организации определено возможностью человека осуществлять конкретные функции, а личностные и субъективные факторы важны в той степени, в которой они способствуют исполнению человеком данных функций.

Согласно ролевой теории поведения, которую разработал Генри Минцберг, в организации существуют некоторые роли, которые обеспечивают слаженную работу. Их основным отличием от функций является ориентация на качества сотрудника, способствующие успешному выполнению роли.

Главная мысль социальной теории поведения состоит в том, что организация несет определённую ответственность перед обществом, в котором она осуществляет свою деятельность. Успех организации напрямую зависит от того, насколько основательно организация относится к потребностям общества.

Управление организацией – это, в первую очередь, управление людьми. Именно искусство управления поведением людей становится в современном обществе решающим условием, обеспечивающим конкурентоспособность предприятий и организаций, стабильность их развития. В настоящее время требуются новые подходы к управлению организаций, так как происходит увеличение изменений условий производства, таких как: ускорение нововведений, поиск высококвалифицированных кадров, узкое взаимодействие технологических, социально-экономических и политических процессов, их глобальное воздействие на экономику.

Таким образом, по своим свойствам человеческий ресурс значительно отличается от всех остальных используемых организациями ресурсов, и, следовательно, требует особых методов управления. Поэтому научные основы организационного поведения и их применение на практике путем управления персоналом организаций преобразуются в важное направление в области менеджмента.

Кондрашин О.Ю.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. филолог. наук, доц. Лесных Е.В.

КОНФЛИКТ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Сегодня бесспорным является тот факт, что ни одна даже самая успешная в своей деятельности организация не может обойтись без конфликтов. Вся сложность проблемы состоит не в том, чтобы полностью исключить конфликтное взаимодействие, а в том, чтобы сделать конфликт инструментом эффективного менеджмента современных организаций. Актуальность данной темы заключается в том, что современный менеджер должен хорошо представлять истинные причины разворачивающегося конфликта в организации и анализировать его последствия. Сам конфликт всегда осознан, но его мотивы для субъекта не всегда ясны и понятны. На наш взгляд, умение грамотно вести себя в конфликтных ситуациях является для руководителя чрезвычайно важным.

Наша работа основана на методах анализа, описания и проектирования рациональной организации на основе управления конфликтным взаимодействием.

Процесс управления конфликтом во многом зависит от позиции, которую занимает участник взаимодействия, от его собственных интересов, а также от того, к каким средствам он прибегает, чтобы не допустить разрастания конфликта. Большинство людей достаточно гибко используют различные стратегии конфликтного взаимодействия в зависимости от ситуации, даже не имея специальной подготовки. Однако знание особенностей основных типов поведения в конфликте, их преимуществ и ограничений важно для профилактики конфликтов и эффективного управления людьми в целом, именно поэтому целесообразно остановиться на коротком обзоре основных стратегий разрешения конфликта (по Томасу-Килменну) – конфронтация/конкуренция, приспособление/уступка, уклонение/избегание, компромисс, сотрудничество.

Стратегия конфронтации/конкуренции предполагает всяческую демонстрацию собственной силы и неуязвимости перед противником, а также возможности легко без его доброй воли решить конфликт в свою пользу. Эта стратегия не отрицает возможности использования таких тактик как блеф или хитрость.

Стратегию приспособления/уступки обычно выбирают, понимая и принимая превосходящую силу противника. Согласно этой стратегии необходимо приспособиться к интересам оппонента, идти на уступки вплоть до собственной капитуляции. Эта стратегия неэффективна в том случае, когда появляется желание поскорее «избавиться» от конфликта. Отсроченный эффект такого конфликта будет намного разрушительнее, ибо избавиться – не значит решить.

Стратегия уклонения/избегания подразумевает демонстрацию оппоненту собственного непонимания его конфликтных намерений. Словами, интонацией, манерой разговора, жестами мы показываем противнику следующее:

а) на самом деле нет проблемы;

б) это не моя проблема;

в) это дело не самой первой важности;

г) у меня нет полномочий, это не в моей власти;

д) конфликт неприятен и разрушителен, поэтому от него стоит отказаться в принципе.

Стратегия компромисса наиболее эффективна в тех случаях, когда обе стороны хотят одного и того же, но знают, что одновременно это для них невыполнимо. Понимая структуру и суть конфликта, стороны сходятся на частичном удовлетворении своих желаний и частичном выполнении желаний другой стороны, обмениваясь уступками и торгуясь для разработки компромиссного решения. Достигнутый компромисс позволяет в будущем использовать иной подход к разрешению конфликта, если первичный компромисс устранил проблему лишь на короткий срок.

Стратегия сотрудничества является наиболее целесообразным подходом к решению задачи определения и удовлетворения интересов обеих сторон, однако требует от сторон времени и умения объяснить свои желания, выразить свои нужды, выслушать друг друга и затем выработать альтернативные варианты решения проблемы. Отсутствие одного их этих элементов делает такой подход неэффективным.

Важно понимать, что не бывает «правильных» или «неправильных» стратегий, – бывают уместные или неуместные. Каждая из этих стратегий эффективна только в определенных условиях, и ни одна из них не может быть выделена как самая лучшая. Опытный менеджер должен уметь эффективно использовать каждую из указанных стратегий и сознательно делать тот или иной выбор, учитывая конкретные обстоятельства, а также принимая во внимания собственные предпочтения в выборе стратегий разрешения конфликта.

Кроме того, на выбор стратегии конфликтного взаимодействия также влияет то обстоятельство, что этапы конфликта и этапы управления им находятся в определенном соответствии. Учет этого соответствия позволяет определять приоритетные направления работы руководителя с конфликтами и выбор адекватной стратегии. Например, на этапе возникновения и развитии конфликтной ситуации в процессе прогнозирования или предупреждения конфликта основные усилия должны быть сосредоточены на работе с субъектами, создающими конфликтные ситуации или склонными к созданию таких ситуаций, здесь применима стратегия уклонения/избегания. На этапе осознания конфликтной ситуации в ходе предупреждения конфликта важно не упустить работу с субъектами, которые осознают возникшие конфликтные ситуации. В этом случае необходимо удержать их от перехода к активным действиям при предупреждении деструктивных конфликтов или направить их действие в легитимное русло при стимулировании конструктивных конфликтов (стратегии компромисса, сотрудничества).

Итак, рассмотрев природу конфликтов, можно сделать следующие выводы.

Для менеджера любого уровня умение эффективно разрешать (и предупреждать) производственные и трудовые конфликты является профессиональной компетенцией. Зная признаки возникновения конфликтной ситуации, закономерности развития конфликтов, выявляя мотивы и цели участников конфликта, осознавая свои истинные интересы в конкретной ситуации, владея методами анализа конфликтной ситуации и организации совместного поиска решений, менеджер гораздо эффективнее справляется со сложными управленческими проблемами.

Конфликты неизбежны, и стремиться к их отсутствию нет необходимости, так как любой конфликт, организационный в том числе, является формой проявления объективных противоречий, возникающих в процессе социального взаимодействия, способствует их развитию, переходу на более высокий уровень. Задача заключается в том, чтобы минимизировать деструктивные последствия конфликтов, уменьшить их разрушительный потенциал, используя методы их конструктивного урегулирования.

Для того чтобы конфликтное управленческое действие являлось точкой роста и развития организации, конфликтами необходимо управлять, учитывая их возможные функциональные и дисфункциональные последствия.

Корнукова Т.С.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Суханов Е.В.

ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОСНОВА ПРЕДПРИЯТИЯ

В настоящее время перед экономикой России стоят несколько основных проблемам. В связи с этим актуальными становятся сразу несколько вопросов. Все они в той или иной степени связанны с финансовыми ресурсами. Финансовые ресурсы предприятия - это денежные доходы и доходы, находящиеся в распоряжении субъекта хозяйствования и предназначенные для выполнения финансовых обязательств, расходов на реализацию расширенного воспроизводства и экономического стимулирования работы. Формирование финансовых ресурсов за счет собственных и аналогичных средств, мобилизации ресурсов на финансовом рынке и поступление средств от финансово-банковской системы в порядке перераспределения.[1]

Финансовые ресурсы являются экономической основой для организации торговой деятельности на принципах самофинансирования. Таким образом, наиболее важная задача предприятий состоит в том, чтобы увеличить запасы собственных финансовых ресурсов и улучшить их использование в целях повышения эффективности работы предприятия в целом.

Источниками финансовых ресурсов предприятия являются:

- их собственные и связанные с ними средства (прибыль, амортизация, доходы от реализации выбывшего имущества, устойчивые пассивы);
- мобилизация ресурсов на финансовом рынке;
- движение денежных средств от финансово-банковской системы в порядке перераспределения (страховые возмещения; поступления от корпораций, ассоциаций и промышленности; взаимные вклады, дивиденды и проценты по ценным бумагам, бюджетные субсидии).

Дополнительная потребность и характеристика финансовых ресурсов для поставок, источников формирования и назначения производятся в соответствии с планом и фактическим пассивам баланса организации.

[1] Ковалев В.В. Финансы: учебник. 2-е изд. перераб. и доп. М.: Проспект, 2013. С. 57.

Финансовые результаты по объему поступающих финансовых средств и направлениям их использования сводятся в документах по различным денежным фондам.

Все финансовые ресурсы предприятия, в зависимости от времени, в течение которого они доступны для предприятия, делятся на краткосрочные (до одного года) и долгосрочные (свыше одного года). Это деление достаточно условно, а масштаб временных интервалов зависит от финансового законодательства страны, правил финансовой отчетности.

При создании предприятий источники формирования средств зависят от формы собственности, на основе которой создается компания. Таким образом, при создании государственных предприятий финансовые ресурсы формируются за счет бюджета, средств вышестоящих органов управления, средств других аналогичных предприятий при их реорганизации и др. При создании коллективных предприятий они формируются за счет паевых (долевых) взносов учредителей, добровольных взносов юридических и физических лиц и т.д. Все эти вклады (средства) представляют собой уставный (первоначальный) капитал и аккумулируются в уставном фонде созданной компании.[1]

В ходе дальнейшей работы финансовые ресурсы предприятий пополняются за счет собственных источников, заемных и привлеченных средств. При этом в состав дополнительно формируемых собственных финансовых ресурсов включают: резервный капитал, добавочный капитал, нераспределенную прибыль, целевое финансирование.

Значительные финансовые ресурсы могут быть мобилизованы на финансовом рынке. Формами мобилизации могут быть: продажа акций, облигаций и иных ценных бумаг, а также кредитных инвестиций. Итак, состав финансовых ресурсов зависят от типа и размера предприятия, рода его деятельности, объема производства. Объем финансовых ресурсов тесно связан с объемом производства, эффективностью предприятий. Чем больше объем производства и выше эффективность предприятия, тем больше количество собственных финансовых ресурсов, и наоборот.

[1] Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятия. М.: Финансы и статистика, 2012. С. 204

Климова Е. О.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: д-р экон. наук, проф. Графова Г. Ф.,

ОСНОВЫ МЕХАНИЗМА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Сформировать оптимальный механизм функционирования государственных организаций довольно сложная задача, которую необходимо решать не только исходя из «окупаемости» вложенных государственных ресурсов, но и с учетом необходимости построения адекватной системы управления подведомственными учреждениями таким образом, чтобы обеспечить устойчивое взаимодействие между субъектом и объектами управления.

В соответствии с действующим законодательством различают следующие организации, которые могут создаваться в сфере государственного сектора: государственные унитарные предприятия (далее ГУП), акционерные общества (с различной долей участия государства) и государственные учреждения.

Кроме того, и у субъектов РФ имеются свои организации – акционерные общества и муниципальные унитарные предприятия.

В настоящее время государственный сектор включает в себя более 113 тыс. различных организаций[1]. Складывается ситуация, когда один государственный орган должен управлять несколькими сотнями либо тысячами организаций, что негативно отражается на эффективности управления в целом. Адекватным решением является сокращение численности подведомственных организаций. Данный процесс можно наблюдать в настоящее время в РФ. Так, общее количество организаций и учреждений, созданных органами государственной власти, сократилось за период с 1 января 2013 г. по 1 января 2014 г. на 3825 единиц, что составляет 5,1%. Наибольшую динамику в данном процессе показывают ГУП. Так, за аналогичный период их количество снизилось на 1203 единицы, что составляет 23%.

Раскрыть особенности управления предприятиями государственного сектора возможно с учетом действующей нормативно-

[1] Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – Режим доступа: http://cbsd.gks.ru (дата обращения: 23.02.2016)

правовой базы, регулирующей деятельность всех имеющихся видов объектов управления, указанных выше. Основные аспекты управления государственными унитарными предприятиями связаны с наделением их правом хозяйственного ведения и оперативного управления в соответствии со ст. 294 и 295 части 1 Гражданского кодекса РФ[1].

Если право оперативного управления предполагает лишь пользование имуществом (для казенных учреждений), то право хозяйственного управления предоставляет ГУП довольно широкий набор полномочий - владение, пользование и распоряжение имуществом. Все указанные полномочия сосредотачиваются в руках руководителя государственной организации, который связан с государственным органом трудовым договором.

Контроль результатов деятельности казенных учреждений осуществляется на основании представляемого отчета руководителя, а также бухгалтерской отчетности и других сопутствующих документов. Если ГУП не удается достичь конечных целей деятельности, то это не является условием возникновения ответственности его руководителя. Это не укрепляет взаимосвязи между субъектом управления в лице государственного органа и объектом управления – например, ГУП.

Казенным учреждениям предоставляются бюджетные средства на основании сметы доходов и расходов. Помимо субсидий, выделяемых на выполнение государственного задания, в настоящее время существуют субсидии на иные цели, средства во временном распоряжении и субсидии на цели осуществления капитальных вложений.

Кроме того, бюджетным учреждениям предоставляется право осуществлять платную деятельность, приносящую дополнительный доход, при условии выполнения государственного задания. Также финансовые ресурсы могут быть сформированы за счет добровольных пожертвований и целевых взносов физических и юридических лиц только в порядке, установленном законодательством РФ. Прибыль, полученная в результате предпринимательской деятельности, направляется на цели деятельности учреждения.

---

[1] Гражданский кодекс РФ (часть первая) № 51-ФЗ от 30 ноября 1994 г. [Электронный ресурс]: официальный сайт компании «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://base.consultant.ru (дата обращения: 22.02.2016).

Создание и функционирование унитарных предприятий, прежде всего, обусловлено институциональным аспектом, так как получение прибыли от осуществления их деятельности не является главенствующим. Кроме того, результативность деятельности ГУП не учитывается официальными органами статистики при определении доли убыточных организаций в РФ, что не позволяет сформулировать точный вывод о целесообразности функционирования такого объекта управления, как ГУП.

Основным аспектом создания акционерных обществ с участием государства является недостаточная эффективность деятельности унитарных предприятий, а также инициированные процессы приватизации государственной собственности, создания государственных корпораций.

Основной особенностью управления акционерными обществами со 100%-ным участием государства является то, что отсутствует необходимость иметь своего представителя в органах управления. Данное обстоятельство говорит о том, что управление акционерными обществами со 100%-ным участием государства сводится к управлению, аналогичному управлению государственными предприятиями.

Более сложные взаимоотношения выстраиваются в случаях, когда участие государства в акционерном обществе менее 100%. Речь идет не о конкретном праве государства управлять данным обществом, а о возможности управлять собственно акциями[1].

Таким образом, исходя из институционально-экономических особенностей механизма управления казенными учреждениями наиболее эффективной формой их функционирования является акционерное общество. Данная форма предоставляет государству более эффективно использовать имущество, находящееся в государственной собственности, а также выступать в роли акционера в наиболее приоритетных сферах экономики. Несмотря на довольно низкую экономическую отдачу от ГУП, полностью отказаться от данной категории государственных организаций невозможно, поскольку в определенных отраслях государственного сектора экономики отсутствует не только возможность привлечения к партнерству частного капитала, но и заинтересованность самих предпринимателей.

[1] Винницкий А.В. Проблемы участия государства в акционерных обществах и правления ими: правовой аспект // Вопросы государственного и муниципального управления. 2012. № 3. С.130.

Кудрявцева В.С.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель: к. ист. н.,доц Мещерякова Л.И.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность изучения вопросов, связанных с формированием конкурентоспособного человеческого капитала промышленных предприятий, связана с переходом к рыночной системе хозяйствования. Многие промышленные предприятия оказались в сложном положении, когда конкуренция вынуждает их искать новые пути выживания, использования конкурентных преимуществ.

Базовым элементом рыночной экономической системы является конкуренция. Любая организация нацелена на поддержание своей конкурентоспособности. В научной литературе конкурентоспособность понимается, как способность определённого объекта либо субъекта превысить соперников в заданных критериях.

Конкурентоспособное предприятие имеет ряд преимуществ. Для успешной хозяйственной деятельности организации имеют значение не только технологические процессы, аппаратура и материалы. Огромную роль приобретает философия управления деятельностью персонала[1]. В настоящее время происходит изменения главных факторов конкурентоспособности фирмы. Конкурентоспособность человеческого ресурса становится основным обстоятельством научно-промышленных нововведений, решающим условием роста большинства фирм.

В современных условиях одним из приоритетных элементов успешной и эффективной работы компании является сформированная концепция труда. Базируясь на современных статистических данных можно допустить, что конкурентоспособность организации в перспективе будет формироваться конкурентоспособностью любого отдельного сотрудника и группы в целом. Именно качество исполь-

[1] Вылегжанина А. О. Управление конкурентоспособностью персонала организации как основным ресурсом конкурентоспособности организации в современной экономике // Вестник тюменского государственного университета. 2011. № 4. С.62.

зования и управление персоналом является ключевым фактором конкурентоспособности организации.

Конкурентоспособность работника - это способность к индивидуальным достижениям в труде, представляющие вклад в достижение организационных целей. Она определяется качеством рабочей силы, соответствующим рыночной потребности в функциональном качестве труда; уровнем потенциальной и фактической эффективности труда рабочих и способности к профессиональному развитию[1].

В таких странах, как США, Франция, Германия, Великобритания, Финляндия, человеческие ресурсы используется более чем на 70%; в Испании, Австралии, Японии, Канаде, Чехии - не более чем на 50%. В группу с низким показателем (около 25%) использования человеческих ресурсов компании входят Россия, Монголия, Украина, КНР, Польша, Мексика[2].

Всемирный финансовый кризис существенно отразился на тех фирмах, в штате которых были рабочие с недостаточной квалификацией. Многочисленные предприятия в условиях упадка не смогли избежать сокращение сотрудников, что стало предпосылкой к росту конкурентной борьбы среди работников. Особенно востребованными стали работники, способные быстро приспосабливаться к сложившейся ситуации и умеющие удовлетворять высокие требования работодателя.

На повышение конкурентоспособности персонала современного предприятия оказывают влияние инновационные рычаги управления сотрудниками. Важно создать условия, которые будут способствовать эффективному функционированию коммуникаций в организации. В настоящее время в России отношение служащих к своим видам деятельности больше рассматривается как рутинный аспект, а не как стремление к активной работоспособности и принесения пользы компании. Тенденция сберечь абсолютно всех сотрудников, кадровые перестановки как метод решения трудностей, сопротивление высококлассному росту — свойственные отечественным организациям, отрицательно отражаются на деятельности всего предприятия.

---

[1] Бушуева Н.В. Проблема человеческого капитала в современной России. // Уровень жизни населения регионов России. 2011.С. 80-83

[2] Мельцас Е. Управление персоналом как возможность повышения финансовой устойчивости в современных условиях // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2013. № 1. С. 580.

Кроме этого, акцентирование финансовых средств на повышение квалификации сотрудников осуществляется согласно остаточному принципу. Концентрация стремлений происходит только тогда, когда появляются трудности, в таком случае отсутствует системность и постоянность в текущей работе. В подобных обстоятельствах не может идти речи ни о высокопроизводительном и эффективном труде, ни о повышении квалификации сотрудников и развитии их инициативы.

Эффективным рычагом управления является личность топ-менеджера. Рыночная экономика подразумевает непрерывное изменение требований к его деловым качествам. Менеджеру следует обладать не только профессиональной зоной ответственности, но методической и общественной квалификацией. Необходимым является такое качество менеджера, как возможность при минимальных временных затратах оптимизировать собственную коммуникативную деятельность и достичь успеха при управлении коллективом. Целесообразно осуществлять в организации обучение персонала. Это даст возможность сформировать у сотрудников необходимые умения в определенной области.

Необходимо осуществлять аттестацию сотрудников, по итогам обучения которой проводить индивидуальные собеседования с персоналом. Необходимо использовать разнообразные формы поощрения персонала, что будет способствовать росту ответственности и интереса сотрудников к профессиональной деятельности.

В основе деятельности менеджера по персоналу должен быть заложен принцип, что главное звено в функционировании фирмы-человек. Создание благоприятных условий для его деятельности-одна из важнейших задач всех уровней управления.

Менеджеры по персоналу должны содействовать увеличению степени трудового потенциала компании, применяя эффективные рычаги управления персоналом. Таким образом, в современной экономической среде, которой присуща динамичность и цикличность, предприятия поставлены в весьма жесткие условия конкурентной борьбы. Это требует постоянного профессионального роста сотрудников организации. Чем более грамотными экспертами будет насыщено предприятие, тем стремительнее его развитие. Необходимо принимать во внимание, что интенсивное применение нововведений понижает устойчивость организации, приводит к отклонениям от нормы.

Кузнецов В.И.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Аксёнова М.А.

МЕНЕДЖМЕНТ ИНТЕГРИРОВАННОЙ КОМПАНИИ: ЛАБОРАТОРИЯ КАСПЕРСКОГО

Понятие интеграции существует в экономической теории. Интеграция – это процесс развития устойчивых взаимосвязей соседних государств, ведущий к их постепенному экономическому слиянию, основанный на проведении этими странами согласованной межгосударственной экономики и политики[1]. Различают вертикальную и горизонтальную интеграцию.

«Лаборатория Касперского» непосредственно принадлежит к вертикальной интеграции, где характеризуется степенью владения инфраструктурой, технологиями, бизнес-процессами в цепочке процессов производства товара и услуг. Как правило, организация такого типа контролируется общим владельцем. В нашем случае бессменной главой крупнейшей в мире частной организации, специализирующейся на разработке систем защиты от компьютерных вирусов, хакерских атак и прочих кибер-угроз – является российский программист и один из ведущих специалистов в сфере обеспечения IT-безопасности в мире Евгений Валентинович Касперский.

Свою историю мировой IT-гигант начал в 1997 году в России. Сейчас в «Лаборатории» работает почти 3300 высококвалифицированных специалистов. Годовой доход, согласно официальной информации, составил в 2014 году $711 млн. Всего «Лаборатория Касперского» поставила более 400 млн. лицензий для частных лиц и почти 300 тыс. лицензий для корпоративных пользователей. На данный момент осуществляется деятельность в 200 странах и территориях мира, а 37 офисов компании открыты в 32 странах, где обеспечивается защита более 400 миллионов пользователей и около 270 тысяч организаций от Кении до США. Компания входит в четвёрку крупнейших в мире производителей решений класса Endpoint Security (защита файловых серверов, что необходимо для бесперебойной работы корпоративной IT-инфраструктуры), признана лидером в категории Endpoint Protection (решения для защиты конечных

[1] Студопедия. Типы международной экономической интеграции [Электронный ресурс]: http://studopedia.ru/2_98996_tipi-mezhdunarodnoy-ekonomicheskoy-integratsii.html (дата обращения: 11.04.2016 г.)

устройств) по версии «Большой тройки» аналитических агентств. Входит в четвёрку ведущих мировых производителей программных решений для обеспечения информационной безопасности.

Портфолио компании включает в себя продукты, подходящие для широкого круга потребителей: от домашних пользователей (программы защиты ПК и смартфонов), небольших структур, предприятий среднего бизнеса (решения для защиты всех типов сетевых узлов) и таких крупных корпораций и компаний как Microsoft (США), Check Point (Израиль, США), France Telecom (Франция), BBC Worldwide (Великобритания), Alt-N (США). Так же её клиентами являются: Интерпол, Европол, Национальное подразделение высокотехнологичных преступлений полиции Нидерландов, полиция Лондона, Министерства обороны России и Италии.

«Лаборатория» имеет несколько промежуточных этапов интеграции, то есть осуществляет некоторую последовательность технологических переделов, комбинируя их с покупкой исходных ресурсов у таких компаний как, например, Hewlett-Packard (США). Она предложила наиболее качественные услуги в системе автоматизации управления ресурсами, временем и проектами (система Project and Portfolio Management). Помимо этого идёт сотрудничество насчёт установки антивирусов на новые модели HP. Одно из крупнейших достижений Kaspersky – контракт с Ingram Micro, крупнейшим дистрибьютором IT-продукции, у которого делают закупки десятки тысяч дилеров со всей Америки.

Несмотря на очевидные преимущества и высокие рейтинги российского гиганта в сфере электронной безопасности – потребовалось почти пять лет упорной работы, чтобы бренд «Касперский» начали узнавать на западном и американском рынке. Всему виной западный консерватизм, политические разногласия и очень осторожное отношение потребителей к новым товарам. «Поскольку крупные федеральные контракты на поставку программного обеспечения неизменно достаются американским фирмам, например, бостонский офис российской компании заключает сделки с местными властями. 64 000 учеников и преподавателей школ округа Гарленд, штат Арканзас, пользуются средствами компьютерной безопасности Kaspersky. У компании есть контракт с объединением муниципальных школ техасского города Олдин. Поставки антивирусов в школы – наилучший маркетинг. Таким способом можно вырастить будущих лояльных клиентов. Бостонский офис отвечает также за продажи в Канаде, и

40% канадских больниц уже пользуются софтом Kaspersky»[1], – с гордостью заявляет директор по продажам американского офиса Стивен Оренберг в интервью журнала Forbes.

В последнее время началось сотрудничество по такому, казалось бы, невероятному направлению как защита персональных данных пользователей Smart TV. Неоднократно возникали истории о перехвате незашифрованных личных данных с микрофонов и камер телевизоров граждан. Так же «Лаборатория Касперского» выходит на рынок средств защиты от целевых атак, где совсем недавно киберпреступникам удалось успешно получить доступ в сети более 50 российских банков и пяти платежных систем. Так российские банки лишились с июня 2014 г. по июнь 2015 г. 638 млн. руб[2]. Помимо этого ведётся работа по обнаружению и локализации новых видов интернет-мошенничеств.

Развивает компания и свой образовательный проект «Академия Касперского» по поддержке молодых талантов в области IT-безопасности. Она ищет молодых одаренных людей и даёт им возможность проявить себя, а также усовершенствовать свои знания и навыки. Для всех участников образовательная программа предусматривает конференции, Дни антивирусной безопасности, онлайн семинары и мастер-классы. На сегодняшний день программа охватывает около 40 вузов по всему миру.

«Лаборатория Касперского» продолжает активное развитие и постоянно увеличивает количество пользователей своей продукции. Уже почти двадцать лет создаёт эффективную защиту от вредоносных программ, вирусов и других киберугроз. В большинство современных антивирусных программ внедрены технологии, впервые разработанные российской IT-компанией. Её продукты стабильно занимают лидирующие позиции в независимых тестах, обзорах исследовательских центров и многочисленных экспертов, а в копилке «Лаборатории» уже около 300 патентов на собственные изобретения.

Таким образом, активная интеграционная политика позволяет компании постоянно находиться на шаг впереди своих конкурентов и следовать к своей главной цели – каждый пользователь должен иметь возможность защитить себя от киберугроз.

---

[1]Финансово-экономический журнал «Forbes» [Электронный ресурс]: http://www.forbes.ru/svoi-biznes/marketing/71510-stat-pervym-v-srede-chuzhih (дата обращения: 11.04.2016 г.)

[2]Компьютерный еженедельник «PCWeek» [Электронный ресурс]: http://www.pcweek.ru/security/article/detail.php?ID=179029 (дата обращения: 11.04.2016 г.)

Курбатова Д.А., Куликова Н.В.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель канд. ист. наук, доцент Мещерякова Л. И.

КАЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЛИДЕРА **В** НЕСТАБИЛЬНЫЕ ПЕРИОДЫ

Интерес к лидерству возник еще в глубокой древности. Феномен лидерства на протяжении веков волновал сознание многих исследователей. В начале двадцатого столетия началось изучение управления. Руководство и лидерство стали объектом исследования. В 30 - 50 годах был предпринят ряд крупномасштабных исследований на системной основе.

Начиная с 70-х годов интерес к изучению лидерства начал расти еще больше, о чем свидетельствует появление работ Дж. Мак - Грегора Бернса, Р.Такера, Б.Келлермана, Дж. Пейджа.

До недавнего времени в нашей стране не было условий для формирования лидеров и спроса на них, а, следовательно, не было исследования проблем, связанных с лидерством. В связи с этим большинство работ в области исследования лидерства принадлежит западным ученым. Однако в настоящее время появляются труды российских ученых, затрагивающие проблемы лидерства, например, книга Р.Л.Кричевского «Если вы – руководитель».

Изучение проблемы лидерства необходимо для выработки методов эффективного руководства, отбора и формирования лидеров.

Лидер — это личность, за которой все остальные члены группы признают право брать на себя наиболее ответственные решения, затрагивающие их интересы и определяющие направление и характер деятельности всей группы[1].

Лидер с организаторскими способностями в состоянии быстро и правильно оценивать ситуацию, выделять задачи, нуждающиеся в первоочередной реализации, отличать осуществимое от бесплодного прожектерства, достаточно точно рассчитать сроки решения задач. Мысль о том, что главная отличительная черта способного организатора состоит в умении быстро находить эффективные пути и средства решения задач, подтверждается на каждом шагу. Интересно высказывание на этот счет Наполеона Бонапарта: “Мой гений состоит в том, что одним быстрым взглядом я охватывал все трудности дела, но в то же

[1] Крысин Л.П**.** Толковый словарь иноязычных слов**.** М.: Эксмо, 2013. 944 с.

время и все ресурсы для преодоления этих трудностей; этому обязано мое превосходство над другими".

Первопроходцы, которые в условиях неопределенности успешно ведут за собой большие группы, обладают, как правило, тремя общими качествами. Во-первых, они совершенно четко знают, чего хотят и не тратят впустую драгоценное время. Во-вторых, они решительны и стремятся действовать на опережение. И, наконец, они в совершенстве овладели искусством вовлекать других в свое дело.

Крис Макгофф - консультант с тридцатилетним опытом стратегического планирования, помогает руководителям и владельцам компаний достигать результатов в нестабильные времена. Он предложил девять первооснов, которые помогут приобрести лидерские качества и удержать их в нестабильные периоды. Рассмотрим некоторые из них.

1. Расстановка приоритетов. При правильной расстановке приоритетов все, что вы делаете, будет иметь конкретное обоснование. Такое ясное видение позволит вам с меньшими усилиями осуществлять более значимую и ценную деятельность в группах и компаниях, частью которых вы являетесь.

2. Лидерство**.** Почему же, несмотря на такое информационное изобилие, люди редко становятся эффективными лидерами? Может быть, мы все слишком усложняем? Отвечая на эти вопросы, он выделяет первоосновы лидерства:

— определение направления движения;

— распределение ресурсов;

— побуждение к действию.

Если в ваших действиях отсутствует хоть одна из трех вышеперечисленных составляющих — вы не лидер.

Многие из тех, кого называют лидерами, большую часть времени управляют и осуществляют бизнес-процессы. И наоборот, иногда менеджеры и те, кто осуществляет бизнес-процессы, по сути, являются лидерами. Если вы владеете юридической фирмой, то, оказывая юридические услуги, вы осуществляете бизнес-процессы. Если, будучи владельцем консалтинговой фирмы, вы консультируете, то снова осуществляете бизнес-процессы. Но уделяя время хорошо отлаженным процессам, вы ещё не являетесь лидером. Даже когда вы повышаете эффективность вашего бизнеса — вы менеджер, а не лидер.

3. Работа «В бизнесе» и «НАД ним».

В современных нестабильных ситуациях этой первооснове следует уделять повышенное внимание, поскольку большинство лю-

дей, особенно лидеры и менеджеры, слишком много времени проводят в бизнесе и слишком мало - в работе над ним.

Работая в своем бизнесе, вы решаете существующие проблемы имеющимися средствами. Работая над бизнесом, вы осуществляете действия, трансформирующие его. Работа в бизнесе заманчива, работа над ним - неясна и опасна. Работа в бизнесе дает лидерам возможность взять процесс под контроль, спасти положение и заслужить одобрение. Работа над бизнесом неизменно несет в себе риск ошибки со всеми вытекающими последствиями. Работа в бизнесе требует полного внимания лидера и начинает пробуксовывать, когда он переключается на работу над бизнесом. Пока все внимание лидера занято работой в бизнесе – мало что меняется.

Любой лидер может работать в бизнесе, но если лидеры не станут работать «Над ним», то и другие делать этого не будут. В итоге компания не сможет развиваться, а любые попытки решить сложную проблему или осуществить преобразование закончатся неудачей.

Неспособность выявлять разницу между «Работой в бизнесе» и «Работой над ним» и, как следствие, в корне неверное распределение времени и внимания - основная причина неудачных попыток преобразования многих компаний. Первооснова «Работа в бизнесе» и «Над ним» имеет особое значение для успешного осуществления изменений и достижения выдающихся результатов.

В современных условиях резкого возрастания скорости передачи информации и знания, турбулентности мировых социально-экономических процессов, как отметил знаменитый американский бейсболист Йоги Берра «Будущее уже не такое, как прежде»[1], сегодня всё находится в постоянном движении.

Не существует конкретного рецепта, согласно которому следует распределять время между этими двумя видами деятельности: «Работа в бизнесе» и «Над ним». Но, не уделяя время работе «Над бизнесом» и не встраивая эту концепцию в корпоративную культуру, лидеры не смогут обрести необходимую дальновидность, в полной мере использовать первоосновы для достижения успеха.

Следовательно, качественные характеристики лидерства, особенно в нестабильные периоды в экономике для любой организации имеют особое значение, так как решается вопрос о её конкурентоспособности и поэтому необходимо применение различных технологий, которые предполагаются исследователями.

---

[1] Йоги Берра: цитаты, афоризмы и высказывания: [электронный ресурс]// http://citaty.info/man/iogi-berra

Курбатова Д.А., Куликова Н.В.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Шурупова А.С.

К ВОПРОСУ ОБ УПРАВЛЕНИИ ЗНАНИЯМИ КАК КЛЮЧЕВОГО ЭЛЕМЕНТА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

В конце XX века в условиях высокой конкуренции и глобализации экономики в теории менеджмента появилось особое направление под названием «управление знаниями», предметом которого стали знания компании как сумма опыта и знаний всех сотрудников компании, существующие в неявной и явной форме.

Американский ученый Карл Виг трактует управление знаниями как «систематическое формирование, обновление и применение знаний с целью максимизации эффективности предприятий»[1].

Американский ученый Карл Виг трактует управление знаниями как «систематическое формирование, обновление и применение знаний с целью максимизации эффективности предприятий» (Баранчеев В., Управление знаниями, с. 23). С целью выявления резервов для повышения эффективности управления организациями нами был проведен социологический опрос среди 85 респондентов, работающих в различных компаниях города Липецка. Результаты опроса показали, что только 34% респондентов считают перспективными процессы управления знаниями в своих компаниях (рис. 1).

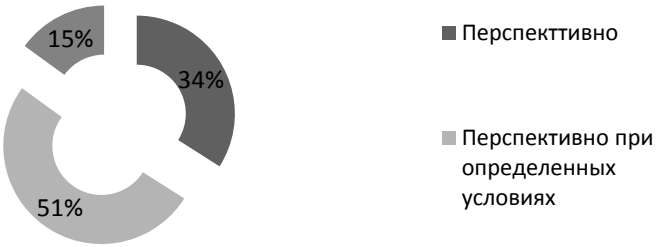


Рисунок.1 - Мнения работников компаний о перспективности управления знаниями

Однако следует отметить, что любая формализация знаний (будь то документарная или электронная форма, или даже речь человека) это всего

[1] Баранчеев, В. Управление знаниями: учебное пособие. М.: Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2012. - 144 с.

лишь информация, которая при определенных условиях может стать знаниями в голове «получателя» этой информации. В некоторых случаях знания и опыт сотрудников можно подвергнуть частичной формализации, например, внедрив информационную систему, позволяющую формировать и использовать базы «лучших практик». База «лучших практик» представляет собой базу данных, в которой сохраняются описания удачных решений каких-либо производственных проблем (это своего рода база данных внутрифирменных «ноу-хау»). Подобные базы «лучших практик» позволяют сохранить и повторно использовать идеи сотрудников компании даже после их ухода, а также сократить время сотрудников на поиск решений (если проблема уже возникала в компании раньше и была каким-то образом решена, то в базе «лучших практик» уже существует описание решения и его не надо изобретать заново). Наравне с созданием собственных баз «лучших практик» организации могут приобрести специализированные базы данных (например, информационные системы нормативных документов, различные справочные базы данных) или экспертные системы, которые содержат в себе информацию и знания, сформулированные независимыми экспертами в предметной области, интересующей организацию.

В то же время респонденты отметили, что их организации стремятся к приобретению новых знаний, и если собственную генерацию знаний используют лишь 6% организаций, то из внешних источников приобретают около 49%(рис. 2).



Рисунок 2 - Мнение работников организаций об источниках приобретения знаний

Так же по данным опроса видно, что основная часть корпоративных знаний существует в неявной форме в виде знаний и опыта «в головах» сотрудников. Эти неявные («невыраженные») знания в большинстве своем остаются неиспользованными и имеют высокий риск быть утраченными.

Политика в области управления знаниями должна быть направлена на максимальное сохранение неявных знаний в компании даже в случае ухода ценного сотрудника, кроме того она должна создавать и поддерживать специальную систему, позволяющую сотрудникам обмениваться и делиться этими знаниями. Поскольку неявные знания существуют только в головах людей, то и передача этих знаний осуществляются как взаимодействие людей, т.е. через общение, или коммуникации, сотрудников.

Обмен неявными знаниями между сотрудниками организации может существовать в форме программ наставничества, когда молодые сотрудники прикрепляются к опытным наставникам для обучения тонкостям профессии[1]. В компаниях, где создана благоприятная для общения корпоративная культура, процесс перехода неявных знаний присутствует в форме общения между коллегами, т.е. возникшая проблема или идея по улучшению какого-либо процесса обсуждается с коллегами во время перерыва или прямо на рабочем месте. И если в первом случае (наставничество) руководство компании может управлять процессом передачи неявных знаний, то во втором случае эта процедура носит хаотичный характер и сложно отследить, был ли факт обмена знаниями и насколько он эффективен.

Таким образом, результаты проведенного опроса показали, что управлению знаниями в организациях не придают большого значения. Однако на сегодняшний день управление знаниями может сыграть огромную роль в результатах деятельности компании, повлиять на производительность труда и эффективность производства. Для того, чтобы эффективно управлять знаниями следует создавать корпоративную культуру и систему поощрения, а также использовать уже имеющиеся лучшие практики и опыт передовых организаций.

Латышева А.А.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Суханов Е.В.

СУЩНОСТЬ ОБОРОТНЫХ СТРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ИХ ОРГАНИЗАЦИИ

Оборотные средства – сложная категория экономической науки. Этим объясняется наличие множества концепций ее качественного содержания на разных этапах исторического развития общества.

[1]Бухалков, М.И. Управление персоналом: развитие трудового потенциала: учебное пособие. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. 192 с.

В отношении определения точного термина оборотных средств сложность заключается в том, что эти средства существуют не только в материальной форме (сырье, материалы, готовая продукция), но и в финансовой (денежные средства, краткосрочные финансовые вложения, дебиторская задолженность).

Помимо определения оборотных средств как совокупности денежных средств, авансированных для создания и использования предметов труда, которое отражает их финансовую сущность, существует определение оборотных средств, передающее их экономическую сущность: "Это активы предприятия, возобновляемые с определенной регулярностью для обеспечения текущей деятельности, вложения в которые оборачиваются в течение года или одного производственного цикла".

Оборотные производственные средства включают, прежде всего, средства в производственных запасах, в состав которых включаются сырье и материалы, вспомогательные материалы (тара, топливо, запасные части), покупные полуфабрикаты и комплектующие изделия. Другая группа оборотных средств представлена запасами в незавершенном производстве, которые при небольшом их объеме в финансовом менеджменте добавляют к запасам готовой продукции.

Оборотные средства могут быть представлены как элемент ресурсного потенциала организации, контролируемый ею и предназначенный для обеспечения непрерывного и планомерного процесса хозяйственной деятельности, однократно потребляемый и создаваемый за счет авансирования денежных средств, способный в результате эффективного функционирования генерировать экономические выгоды и участвующий в реализации цели деятельности организации.

В процессе кругооборота каждый из элементов оборотных средств выполняет свою строго определенную функцию, в результате чего устанавливаются определенные пропорции в их соотношениях[1].

Оборотные средства – это не просто количество ресурсов, но и заключенная в них возможность развития организации в заданном направлении. Будущая экономическая выгода, заключенная в оборотных средствах, – это потенциал, который войдет, прямо или косвенно, в поток денежных средств или их эквивалентов. Потенциал может быть производительным, то есть являться частью операционной деятельности организации, или принимать форму конвертируемости в денежные средства или их эквиваленты.

---

[1] Анциферова И. В. Бухгалтерский финансовый учет. М.: Дашков и Ко, 2010. С. 479.

Финансовое положение предприятия находится в прямой зависимости от состояния оборотных средств, поэтому предприятия заинтересованы в организации наиболее рационального движения и использования оборотных средств.

Показатели эффективности использования. Эффективность использования оборотных средств характеризуется системой экономических показателей, прежде всего оборачиваемостью оборотных средств. Под оборачиваемостью оборотных средств понимается продолжительность полного кругооборота средств с момента приобретения оборотных средств (покупки сырья, материалов и т.п.) до выхода и реализации готовой продукции. Кругооборот оборотных средств завершается зачислением выручки на счет предприятия. Оборачиваемость оборотных средств неодинакова на различных предприятиях, что зависит от их отраслевой принадлежности, а в пределах одной отрасли - от организации производства и сбыта продукции, размещения оборотных средств и других факторов.

Оборачиваемость оборотных средств характеризуется рядом взаимосвязанных показателей: длительностью одного оборота в днях, количеством оборотов за определенный период (коэффициент оборачиваемости), суммой занятых на предприятии оборотных средств на единицу продукции (коэффициент загрузки).[1]

Улучшение использования оборотных средств. Эффективность использования оборотных средств зависит от многих факторов. Среди них можно выделить внешние факторы, оказывающие влияние независимо от интересов и деятельности предприятия, и внутренние, на которые предприятие может и должно активно влиять.

К внешним факторам относятся: общая экономическая ситуация, особенности налогового законодательства, условия получения кредитов и процентные ставки по ним, возможность целевого финансирования, участие в программах, финансируемых из бюджета. Учитывая эти и другие факторы, предприятие может использовать внутренние резервы рационализации движения оборотных средств.

Повышение эффективности использования оборотных средств обеспечивается ускорением их оборачиваемости на всех стадиях кругооборота.

Значительные резервы повышения эффективности использования оборотных средств заложены непосредственно в самом предприя-

[1] Васильева Л.С. Финансовый анализ : учебник. М.:КНОРУС, 2009. С. 542.

тии. В сфере производства это относится, прежде всего, к производственным запасам.

Запасы играют важную роль в обеспечении непрерывности процесса производства, но в то же время они представляют ту часть средств производства, которая временно не участвует в производственном процессе. Эффективная организация производственных запасов является важным условием повышения эффективности использования оборотных средств. Основные пути сокращения производственных запасов сводятся к их рациональному использованию; ликвидации сверхнормативных запасов материалов; совершенствованию нормирования; улучшению организации снабжения, в том числе путем установления четких договорных условий поставок и обеспечения их выполнения, оптимального выбора поставщиков, налаженной работы транспорта. Важная роль принадлежит улучшению организации складского хозяйства.

Сокращение времени пребывания оборотных средств в

Таким образом, оборотные средства предприятия - совокупность оборотных производственных фондов и фондов обращения. К оборотным производственным фондам относятся: сырье, основные и вспомогательные материалы, незаконченная производством продукция, топливо и другие предметы труда, которые целиком потребляются в каждом производственном цикле и стоимость которых переносится на изготовляемый продукт сразу полностью.

К фондам обращения относятся: готовая продукция на складе, отгруженная продукция, денежные средства в расчетах.

Лепетухина Е. В.
Россия, Волгоградский филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Злочевский И. А.

ОПЫТ РАЗРАБОТКИ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МОДЕЛИ КОНТРОЛЛИНГА

Современные условия хозяйствования, в которых функционируют российские предприятия, обусловливают необходимость системных преобразований в стратегическом и оперативном менеджменте, активизацию таких его функций, как учет, анализ, контроль, планирование, раскрывающих свои новые и обновленные свойства под влиянием факторов быстроменяющейся внешней и внутренней бизнес - среды.

Особая роль в данном процессе принадлежит контроллингу, сущность и содержание которого являются предметом научных дискуссий. Следует констатировать, что теоретические подходы зарубежных и российских специалистов к трактовке сущности, целей, задач, функций и инструментов контроллинга различаются по многим параметрам. Очевиден весьма значительный разброс мнений исследователей при определении сущности контроллинга. Например, Л. А. Малышева выделяет контроллинг как отдельную теорию.[1] Д. Хан и Х. Хунгенберг понимают под контроллингом систему информационного обеспечения.[2] А Ю. И. Башкатова предлагает рассматривать контроллинг как комплексную систему.[3]

В результате, до сих пор не сложилось единого понимания контроллинга как организационно-экономического механизма в системе управления предприятием. В современной теории и практике применения контроллинга четко прослеживается концептуальная ограниченность и фрагментарность, что не дает возможность в полной мере раскрыть весь спектр его возможностей в их единстве. Общим недостатком большей части приведенных определений является искусственное сужение сферы применения контроллинга и ограничение его функций. При этом, несмотря на разногласия во мнениях, можно четко обозначить проблемное поле контроллинга, выделив часть суждений, являющуюся общей для большинства формулировок сущности контроллинга:

1. Контроллинг является системой с определенным набором целей, элементы которой тесно связаны между собой и с элементами системы управления (менеджмента) на предприятии;

2. Контроллинг ориентирован на достижение поставленных целей в будущем;

3. Контроллинг создает инструментальную, методическую и информационную среду для принятия управленческих решений.

Наиболее важным аспектом из перечисленных характеристик является системный подход, необходимый при восприятии контроллинга. Именно системный характер придает контроллингу громадный управленческий потенциал, делает возможным в его рамках со-

---

[1] Малышева Л. А. Какой контроллинг нужен предприятиям? М.: Юрайт, 2012. С. 181.

[2] Хан Д., Хунгенберг Х. Планирование и контроль. М.: Финансы и статистика, 2005. С. 349 .

[3] Башкатова Ю. И. Контроллинг. М.: ИЦ ЕАОИ, 2009. С. 87.

здание единой концепции управления предприятием, охватывающей все внутренние и внешние аспекты его функционирования.

В рамках данного исследования автором проанализирован и классифицирован широкий спектр существующих концепций контроллинга, его значения и места в современном менеджменте организации, что позволило предложить проект концептуальной модели контроллинга (рис. 1).



Рисунок 1 - Проект концептуальной модели контроллинга

Ее суть заключается в том, что содержание всей совокупности управленческих функций определяется через обеспечение процесса принятия решений как основного продукта системы управления. А стратегическая ориентация контроллинга обеспечивает поддержание долгосрочных приоритетов посредством регулирования текущей деятельности. При этом мероприятия контроллинга создают информационные и организационные предпосылки опережающего (превентивного) реагирования на возможные отклонения во внутренних процессах и на изменения во внешнем окружении.

Предпринятая нами попытка разработки и обоснования такой концептуальной модели не является самоцелью. Она призвана преодолеть фрагментарность существующих подходов, объединить отдельные управленческие функции в «систему управления», а также решить проблему универсальности применения механизма контроллинга, его адаптации к деятельности организации любой сферы.

Универсальность предлагаемой модели обеспечивается единством методической и инструментальной базы управленческих функций, строится на комплексном использовании возможностей планирования, информационного обеспечения, анализа и контроля оптимизации использования ресурсов, совершенствования всех хозяйственных и технологических процессов.

Литвинова С.С.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Гурина М.А.

МАСС – МЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В НАЛОГВОМ АДМИНИСТРИРОВАНИИ

Концепция электронного правительства тесно связана с широким применением информационных технологий в сфере государственного управления, в т.ч. в налоговой области. Федеральная налоговая служба (ФНС) РФ последовательно осуществляет шаги по расширению возможностей электронного взаимодействия с налогоплательщиками и государственными и муниципальными органами власти и иными организациями за счет внедрения электронных услуг и сервисов.

Основными приоритетами при внедрении информационных технологий в налоговом администрировании являются:

- развитие и улучшение электронных сервисов, связанных с регистрацией налогоплательщиков и представлением налоговой отчетности в электронном виде. Так, после принятия в 2014 году законодательных изменений, значительно упростивших регистрацию юридических лиц в виде отмены внесения уставного капитала перед регистрацией организации и отмены необходимости уведомления налоговых органов и внебюджетных фондов об открытии банковского счета, уменьшилась стоимость открытия бизнеса и количество необходимых для этого процедур. С помощью сервиса "Подача заявки и электронных документов на государственную регистрацию" в 2015 году в Липецкой области зарегистрировано 2 организации и 66 индивидуальных предпринимателей. Снижение административной нагрузки и упрощение процедур регистрации привело к увеличению количества субъектов малого предпринимательства;

- создание специализированных информационных ресурсов для налогоплательщиков. Сегодня на интернет-сайте ФНС России представлено 39 интерактивных сервисов. За 2015 год сайт посетило более 75 миллионов пользователей;

- развитие средств электронного консультирования.

Следует отметить, что согласно данным ФНС России наиболее востребованным сервисом является сервис «Риски для бизнеса: Проверь себя и контрагента». Указанный сервис позволяет организациям и предпринимателям проявлять осмотрительность при выборе партнера по бизнесу. Заполнив на этом сервисе соответствующую форму, можно узнать по состоянию на текущую дату все сведения о контрагенте, содержащиеся в ЕГРЮЛ, например: адрес контрагента, ОГРН, ИНН, сведения о регистрации в качестве страхователя в Пенсионном фонде РФ, сведения об уставном капитале и учредителях, о лицах, имеющих право действовать без доверенности, видах экономической деятельности и иное. Результаты проверки можно сохранить отдельным файлом, который будет включать данные о дате получения информации и отметку о том, что она получена на сайте ФНС России. Однако при использовании указанного сервиса следует учитывать, что сформированный документ не является официальным, тем не менее, полученная информация поможет организации дополнительно подтвердить свою осмотрительность при проверке правоспособности контрагента[1].

[1] Кучеров И.И. Теория налогов и сборов (правовые аспекты): Монография. М.: Центр ЮрИнфоР, 2012.

Наибольшей популярностью в Липецкой области пользуются следующие сервисы:

«Онлайн запись на прием в инспекцию» – предоставляет налогоплательщику возможность осуществления записи на прием в налоговый орган в режиме онлайн, с выбором налогового органа, услуги, даты и времени посещения налогового органа. Результатом записи на прием в налоговый орган является экранная форма заявки, в которой указываются введенные пользователем данные и подтверждается запись на прием в выбранные пользователем дату и время с указанием услуги. Инспектор осуществляет обслуживание налогоплательщиков в приоритетном порядке в соответствии с заявками;

«Создай свой бизнес» - представляет собой интерактивную версию одноименной брошюры, разработанной ФНС России. Данный сервис позволяет выбрать форму регистрации и режим налогообложения, осуществить государственную регистрацию, узнать о правилах применения контрольно-кассовой техники, получить необходимую информацию о процедуре проведения налоговых проверок;

«Разъяснения Федеральной налоговой службы, обязательные для применения налоговыми органами» - разъясняет налогоплательщикам официальную позицию ФНС России о порядке заполнения налоговых деклараций, исчисления и уплаты налогов и сборов, согласованную с Минфином России. Сервисом также предусмотрена возможность отправки сообщений о несоблюдении налоговым органом рекомендаций (разъяснений) ФНС России;

«Налоговый калькулятор - Расчет транспортного налога» - позволяет пользователю любого субъекта Российской Федерации самостоятельно рассчитать сумму транспортного налога с учетом региональных налоговых ставок, льгот и типа транспортного средства - необходимо лишь выбрать соответствующие параметры;

С января 2014 года на всей территории Российской Федерации запущен сервис "Личный кабинет налогоплательщика юридического лица", с помощью которого пользователю доступна информация о состоянии расчетов с бюджетом, о задолженности, в том числе о неисполненных налогоплательщиком требованиях об уплате налогов, о мерах принудительного взыскания задолженности [1].

Также, с 2015 года в 35 субъектах Российской Федерации запущен в опытную эксплуатацию интерактивный сервис «Личный кабинет налогоплательщика индивидуального предпринимателя», с помощью

[1] Яценко Т.С. Проблема обеспечения достоверности сведений в Едином государственном реестре юридических лиц // Юрист. 2014. №13.

которого индивидуальные предприниматели смогут без посещения налогового органа:

- осуществлять просмотр в одной точке сведений о себе, содержащихся в различных информационных ресурсах налоговых органов (контактные и регистрационные данные, записи из ЕГРИП, выданные свидетельства и т.д.);

- получать информацию о применяемом режиме налогообложения (общая система налогообложения, специальные системы налогообложения), об имеющихся налоговых обязательствах и о сроках их уплаты, о состоянии расчетов с бюджетом;

- выбрать оптимальный режим налогообложения с помощью налогового калькулятора и в случае необходимости сменить применяемую систему налогообложения, направив соответствующее заявление;

- формировать и направлять в электронной форме обращения в отношении предпринимательской деятельности, заявления об уточнении платежей, о зачете и возврате излишне уплаченных сумм налогов, о проведении сверки расчетов с бюджетом и др.;

- отслеживать информацию об обращениях и документах, направленных в электронном виде в налоговый орган, а также своевременно получать соответствующие документы в электронном виде от налоговых органов.

Таким образом, ФНС России проводит большую работу, направленную на развитие бизнеса в нашей стране, что максимально упрощает процедуры взаимодействия бизнеса (предпринимателей) с налоговыми органами посредством развития электронных сервисов.

Нерсисян А.М.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Шурупова А.С.

УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ КАК ФУНКЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Управление знаниями – одна из самых популярных концепций современного организационного менеджмента, развитие которой началось в конце XX века и продолжается по сей день. Понятие «управление знаниями» было введено еще в 1986 году Карлом Виигом. Сегодня, когда объём информации увеличивается с каждым днем, повсеместно используются информационные технологии, необходимы специалисты, способные ими управлять и тем самым обеспечивать конкурентоспособность организации. Поэтому проблема управления знаниями является актуальной, как никогда,

т.к. доказано, что интеллектуальный капитал и его главный носитель - человек непосредственно влияют на производительность труда и прибыльность компании.

Считается, что 70-80% экономического роста предприятия связано с использованию новых знаний . В последние годы, оценивая рыночную стоимость компании, включили такой показатель, как интеллектуальный капитал.[1] Также увеличение рыночной стоимости активов некоторых компаний по сравнению с их балансовой стоимостью в значительной степени связывают с интеллектуальным капиталом. В Америке рыночная стоимость компаний, разрабатывающих программные продукты, в несколько (7-20) выше балансовой. Примером может служить компания «Microsoft», балансовая стоимость которой составляет до 10 млрд. долл., а рыночный капитал оценивается в 350-400 млрд.долл.

По мнению П. Друкера [2], совершенный менеджмент должен быть направлен на работу с интеллектуальным капиталом и его носителями. Знаменитый ученый считает необходимым выделения управления знаниями в отдельную систему, позволяющую создавать и развивать знания внутри компании.

Основными направлением исследования в области управления знаниями является классификация и систематизация знаний. Японский исследователь И. Нонака в своих классических работах классифицировал знания на скрытые знания, находящиеся в уме работника, и явные, четко выраженные, детали которых могут быть записаны и сохранены. Однако, трудность заключается в том, что скрытое (неявное, мысленное) знание находится в уме работника, который не всегда видит смысл делиться своими знаниями. Получение организацией этих знаний довольно сложный процесс. Управление явными и неявными знаниями представляет собой управление сложными коммуникациями между людьми. Фокусировка компаний на явных или неявных знаниях, или вообще на интегрированных подходах зависит от целей, стоящих перед этой компанией.

Организация систем управления знаниями на предприятиях основывается на трех подходах – технологический, гуманитарный и смешанный. Технологический подход основывается на обращении к прошлому опыты, отраженному в документах, хранящихся в базах данных, находящихся в открытом доступе для всех сотрудников. Гуманитарный подход основан на обмене неявными знаниями между сотрудниками как на специально организованных встречах и собраниях, так и в неформальной обстановке. Данных подход характерен для торговых и промышленных компаний. Сме-

[1] Hudson W.J. Inellectual Capital. How to Build It, use it.
[2] Drucker P. F. Next Information Revolution. Forbes ASAP, 1998

шанную модель управления знаниями используют в компаниях, в которых происходит управление как явными, так и неявными знаниями(компания Nokia).

Управление знаниями, наряду с другими подсистемами, входящими в систему управления организацией может быть рассмотрена как самостоятельная подсистема, включающую пять крупных систем - планирование, сбор, систематизацию, капитализацию и распределение знаний. Планирование - стратегический процесс, в ходе которого производится анализ текущих знаний компаний, выявляются «пробелы», т.е. знания недостающие для повышения эффективности и результативности. На этой стадии сбора знаний, происходит интеграция явных и неявных знаний, необходимых для обеспечения конкурентного преимущества компании. При систематизации должна быть разработана классификация знаний, обеспечено их хранение, а также проведена трансформация знаний из неявных в явные. Знания накапливаются и хранятся в доступной для сотрудников базе данных, эффективно защищенной от постороннего вмешательства

На стадии распределения знаний происходит обмен знаниями как в рамках организации, так и за ее пределами, передаются знания от более опытных работников новичкам.

Сохранение знаний в патентах, ГОСТах, «ноу-хау», документах, базах данных позволяет сократить время и затраты на разработку продуктов, документов, ПО и позволяет оптимизировать бизнес-процессы компании. Трансформация нематериальных активов (знаний) в материальные (материалы, технологии, услуги) позволяет увеличивать рентабельность производства благодаря каждому сотруднику. До сих пор не существует описания примера практического использования комплексной системы управления знаниями, что связано со сложностью и субъективностью определения уровня знаний конкретного работника, необходимых для внедрения инновационных технологий и материалов, а также сложностью передачи неявных знаний работника в собственность организаций. Всемирно известная компания «Nokia» управляет знаниями путём поощрения передачи неявных знаний одних сотрудников другими.[1]Руководство компании «HP» разработало и внедрило собственную сеть интранет, обеспечивающую всем работникам данной корпорации, находящимся на разных концах Земли, доступ к единой информационной системе. В России управление знаниями в большей степени практикуется в госструктурах, работающих с колоссальным объёмом информации: ФСБ, МВД, Центробанк, и ряд крупных корпораций. Этими организации была создана развитая система документооборота с базами данных. На российских предприя-

[1] http://www.nokia.com/ru_int

тиях организация управления знаниями происходит, как правило, «сверху». При этом система управления знаниями воспринимается сотрудниками организации как ненужная, навязанная, т. к. руководители не видят смысла объяснять работникам преимущества, которые она представляет. На сегодняшний день руководители пренебрегают процессами, связанными с планированием, сбором, систематизацией знаний, их распространением, созданием организационной культуры, способствующей распространению знаний, и, особенно, капитализации знаний.

Руководители ведущих компаний всего мира осознали, что знания являются источником инноваций и основным фактором создания высококачественной продукции или услуг. В этой связи, особое значение приобретает изучение и всесторонний анализ опыта управления знаниями, выявление возможностей использования новых организационных моделей и методов в практике работы российских организаций.

Овчинникова Д. В.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Гурина М.А.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ДОХОДОВ ЗАНЯТОГО НАСЕЛЕНИЯ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО БЮДЖЕТА

Уровень и качество жизни являются результатом развития национальной экономики и оказывают непосредственное воздействие на повышение эффективности использования человеческого потенциала. Эти показатели позволяют также сделать вывод о том, насколько развитие национальной экономики отвечает интересам населения. В широком смысле качество жизни охватывает все сферы жизнедеятельности человека - трудовую деятельность, удовлетворение материальных и духовных потребностей, репродуктивное поведение, общественно-политическую жизнь и т.д.

Сегодня к основным социальным нормативам относятся: минимальная заработная плата и пособие по временной нетрудоспособности, пособие по безработице для трудоспособных лиц, минимальные трудовые и социальные пенсии для пожилых и нетрудоспособных граждан, инвалидов; минимальные стипендии учащимся, регулярные или разовые целевые пособия наиболее уязвимым в материальном отношении группам населения (многодетным и малообеспеченным семьям, матерям-одиночкам и др.).

Прожиточный минимум определяет уровень потребления товаров и услуг, являющийся минимальным и достаточным для обес-

печения жизнедеятельности человека, и определяется на основе научно-обоснованного потребительского бюджета, выражающие минимальные физиологические потребности человека в продовольственных и непродовольственных товарах и услугах. Осознание важности изучения проблемы взаимосвязи доходов занятого населения и потребительского бюджета позволило сформулировать цель, задачи и предмет нашего исследования. В качестве метода исследования был выбран метод анкетного опроса.

Целью данной работы является изучение структуры и динамики основных показателей уровня жизни и доходов занятого населения

Объектом нашего исследования стало трудоспособное население в возрасте от 18 до 72 лет. Выборка составила 71 человек.

Предмет исследования – факторы, влияющие на доход занятого населения и удовлетворённость содержанием и размером потребительского бюджета.

В ходе исследования была установлена обратная связь между возрастом опрашиваемых и уровнем экономических предпочтений, а именно опрашиваемые, в возрастной категории от 30 до 45 лет частично удовлетворены уровнем дохода (53,3%); в категории от 45 до 55 и от 55 и старше - не удовлетворены уровнем дохода (50%). Опрашиваемые, в возрастной категории от 35 до 45 лет не заинтересованы в увеличении своих доходов (33,3%); от 45 до 55 лет – не заинтересованы (44,4%); от 55 и старше – ответили «нет» и «совсем нет» (66,7%). Приемлемой заработанной платой для возрастной категории от 35 до 45 лет является 25000-40000 тыс.руб. (60%); от 45 до 55 лет – 25000-40000 тыс.руб. (61,1%); от 55 и старше - 25000-40000 тыс.руб. (66,7%).

Важными элементами в структуре расходов затрат для людей с высшим образованием являются: медицинское обслуживание, одежда и мебель, культурный досуг, спортивные мероприятия и развлечения – их выбрали 56,3%, 56,3% и 53,1% респондентов соответственно. Для работников со средним образованием выступает – питание (66,7% соответственно); со средним техническим образованием – обучение, медицинское обслуживание, транспортные расходы – их выбрали 60%, 50%, 40% опрошенных; со средним специальным образованием – медицинское обслуживание, одежда и мебель, культурный досуг, спортивные мероприятия и развлечения (61,5%, 53,8%, 53,8% респондентов соответственно).

Опрос показал, что люди, которые самостоятельно планируют бюджет - частично удовлетворены уровнем своих доходов (50%),

очень заинтересованы в увеличении своих доходов (50%) и ищут дополнительные источники доходов в свободное время (84,6%).

Таким образом, исследование показало, что проблемы доходов занятого населения и потребительского бюджета в современном обществе стоят очень остро. Несмотря на разнообразие источников поступления доходов все же главными составляющими денежных доходов населения являются оплата труда, доходы от предпринимательской деятельности и собственности, а также социальные трансферты. Главное проблемой , с которой сталкивается большая часть занятого населения лежит в плоскости взаимосвязи уровня дохода и масштабов потребительского дохода и их несоответствие.

Пажетных П.В.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Суханов Е.В.

ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ И ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ

Оборотный капитал — термин экономики Адама Смита. Оборотный капитал, как и основной капитал, выражает определённые производственные отношения, формирующиеся с развитием предпринимательства.

Оборотным капиталом называют капитал, вкладываемый в текущую деятельность на период каждого операционного цикла. В основном это трактуется как текущие активы, оборотные средства.

Оборотный капитал участвует исключительно в одном производственном цикле и полностью переносит свою стоимость на продукцию, в то время как основной капитал неоднократно участвует в производственном процессе и переносит свою стоимость на продукцию по частям. Из-за этого оборотный капитал обращается быстрее, чем основной капитал. С увеличением доли оборотного капитала в общей сумме авансированного капитала время оборота всего капитала сокращается.

Оборотные активы включают в себя:

- оборотные фонды – то есть часть производственных фондов предприятия, вещественные элементы которых в процессе производства, в отличие от основных фондов, расходуются в течение одного производственного цикла, и их стоимость переносится на продукт труда целиком и сразу, при этом они теряют свою натурально-вещественную форму;

- фонды обращения – средства предприятия, закрепленные в сфере обращения.

Оборотные производственные фонды включают в себя:

- производственные запасы – это предметы труда, готовые для запуска в производственный процесс;

- незавершенное производство и полуфабрикаты собственного изготовления – это предметы труда, вступившие в производственный процесс: материалы, детали, узлы и изделия, находящиеся в обработке или сборке, полуфабрикаты собственного изготовления;

- расходы будущих периодов – это элементы оборотных фондов, включающие затраты на подготовку и освоение новой продукции, которые производятся в данном периоде (квартал, год), но относятся на продукцию будущего периода.

Фонды обращения состоят из таких элементов, как готовая продукция на складах; отгруженная продукция; денежные средства; средства в расчетах с потребителями продукции.

По охвату нормирования оборотные средства подразделяются на нормируемые (оборотные средства в запасах товарно-материальных ценностей) и ненормируемые (средства в расчетах, денежные средства в кассе и на счетах в банке).

Формирование собственного оборотного капитала происходит одновременно с созданием предприятия. Для этих целей формируется уставный капитал (складочный, паевой). В дальнейшем пополнение оборотного капитала может происходить за счет собственных источников, полученных предприятием в процессе своей деятельности, а главным образом за счет прибыли.

Устойчивые пассивы также служат источником оборотного капитала. Это средства предприятия, не принадлежащие предприятию, но постоянно находящиеся в обороте предприятия (задолженность бюджету, по авансам, по оплате труда и т.д.).

Прочие собственные средства также используются в качестве источников оборотного капитала. Это временно свободные остатки резервного фонда, фондов специального назначения.

Краткосрочные кредиты банков также служат заемными источниками оборотного капитала.

Кредиторская задолженность является непланируемым источником оборотного капитала, представляет собой беспроцентный кредит.

Как уже говорилось выше, капитал предприятия, участвует в процессе производства и реализации продукции, тем самым совершает непрерывный кругооборот. При этом средства переходят из сферы

обращения в сферу производства и обратно, принимая поочерёдно форму фондов обращения и оборотных производственных фондов. Проходя последовательно три фазы, оборотные средства меняют свою натурально-вещественную форму.

На первом этапе (Д - Т) оборотные средства, имеющие первоначально форму денежных средств, превращаются в производственные запасы, т. е. переходят из сферы обращения в сферу производства.

На втором этапее (Т...П...Т) оборотные средства принимают участие непосредственно в процессе производства и обретают форму незавершенного производства, полуфабрикатов и готовых изделий.

Третий этап кругооборота оборотных средств (Т — Д) совершается вновь в сфере обращения. По итогам реализации готовой продукции оборотные средства принимают снова форму денежных средств.

Оборачиваемость капитала оказывает прямое влияние на платежеспособность предприятия. Помимо этого, увеличение скорости оборота капитала при прочих тождественных условиях отражает повышение производственно-технического потенциала предприятия. Для более подробного анализа рассчитывают второстепенные показатели оборачиваемости, дающие наиболее обобщенное представление о хозяйственной активности предприятия. Оборачиваемость основных средств представляет собой фондоотдачу, то есть, характеризует эффективность использования основных производственных фондов предприятия за период. Рассчитывается делением объема чистой выручки от реализации (В) на среднюю за период величину основных средств по их остаточной стоимости ($ОС_{ср}$).

Повышение коэффициента фондоотдачи может быть достигнуто посредством относительно невысокого удельного веса основных средств, а также за счёт их высокого технического уровня. Разумеется, его величина значительно колеблется в зависимости от отрасли и ее капиталоемкости. Общие закономерности здесь таковы: чем выше коэффициент - тем ниже издержки отчетного периода. Низкий коэффициент свидетельствует либо о недостаточном объеме реализации, либо о слишком высоком уровне вложений в эти виды активов.

На анализируемом предприятии ООО «Альбатрос» продолжительность оборота совокупного капитала уменьшилась на 27 дней, а коэффициент оборачиваемости соответственно увеличился на 0,36. Значительно уменьшилась продолжительность нахождения капитала в производственных запасах и незавершенном производстве, что свидетельствует о сокращении производственного цикла. Вместе с тем увеличилась продолжительность периода обращения средств в готовой продукции и дебиторской задолженности.

Одной из главнейших задач руководства коммерческих предприятий является ускорение оборачиваемости капитала.

Таким образом, надо стремиться не только к ускорению движения капитала на всех стадиях кругооборота, но и к его максимальной отдаче, которая выражается в увеличении суммы прибыли на один рубль капитала.

Парахина Е.О.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Гурина М.А.

ЗНАЧЕНИЕ И РОЛЬ НОРМИРОВАНИЯ ТРУДА В СИСТЕМЕ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО РАБОТНИКА

При переходе к рыночной экономике можно отметить объективную необходимость повышения роли нормирования труда как одного из существенных звеньев экономического механизма, определяющего эффективность деятельности предприятий. Поскольку доходы работодателей от основной деятельности предприятий и заработная плата наемных работников прямо зависят от объема произведенной и реализованной продукции, от ее цены и себестоимости, и те, и другие заинтересованы в увеличении количества поставляемых на рынок товаров, расширении их ассортимента, повышении их привлекательности для потребителей как по качеству, так и по цене. Этого можно добиться, лишь используя механизм нормирования труда, нацеленный на повышение его эффективности, т.е. увеличивая результаты труда по отношению к затратам на их достижение. Этим, собственно, и определяется изначальная функция нормирования как процесса установления нормативно обоснованных затрат времени на выполнение единицы конкретной работы.

Таким образом, нормирование труда как область экономической, инженерной и социальной деятельности на предприятии — это система средств и методов установления меры труда, необходимой для объективной оценки его эффективности и адекватного уровня его оплаты.

Осознание важности изучения роли нормирования труда в системе организации трудовой деятельности современного работника позволило сформулировать цель, задачи и предмет нашего исследования. В качестве метода исследования был выбран метод анкетного опроса. Время проведения опроса – апрель 2016 г. В анкете

использовались открытые и закрытые вопросы, включались вопросы о поле, образовании, возрасте, а также о его мнении относительно значения нормирования труда на предприятии. С целью получения наиболее репрезентативных исследований, были опрошены женщины и мужчины.

Целью данной работы является исследование роли нормирования труда на предприятии и его влияния на результаты труда современного работника. Объектом исследования являются занятые в различных сферах общественной деятельности. Выборка составила 70 человек. Предмет исследования - отношение работников к нормированию труда, а также значение нормирования труда для предприятия.

В ходе исследования были выдвинуты пять гипотез, с помощью которых удалось сформулировать выводы по данной теме и рассмотреть данную проблематику с различных сторон.

В результате исследования было выявлено, что на современных предприятиях главной задачей работодателя является обеспечение оптимальных условий труда для выполнения норм выработки, так считают 65,7% работников, а также получения заслуженного вознаграждения (67,1%).

Опрос показал, что на непроизводственных предприятиях не уделяют должного внимания вопросам нормирования труда, разработке и внедрению технически обоснованных норм (43,8%). 44% опрошенных согласились с тем, что на предприятиях существуют такие проблемы как: перекладывание работниками ответственности друг на друг и работа только под контролем руководителя (37,3%). Однако на крупных производственных предприятиях вопросам нормирования труда уделяется значительное внимание, с этим согласились 50% респондентов.

Также 54,3% работников посещают курсы повышения квалификации для того, чтобы их работа была более эффективной.

Большинство респондентов считают, что на предприятиях, на которых они работают, используется опытно-статистический метод нормирования труда, так ответили 35,7% работников, а 31,4% респондентов полагают, что используется опытный метод.

Работники в возрасте от 24 до 30 лет работают сверхурочно для того, чтобы получить прибавку к заработанной плате, так считают 78,6% опрошенных.

Таким образом, осуществление нормирования труда как научно-обоснованной деятельности не является распространенным явлением на современных предприятиях, особенно это относится к непроизводственной сфере занятости. Сверхурочная работа и

неравномерное распределение обязанностей является распространенным явлением и приводит к перегрузке работников компаний. Все эти проблемы требуют нормативно-законодательного и экономического регулирования, как на уровне конкретных предприятий, так и на уровне государства.

Петрова М. Н.
Россия, Волгоградский филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Злочевский И. А.

КРИЗИСНЫЕ ЛОВУШКИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Сегодня экономический кризис стал одним из главных факторов, влияющих на развитие организации, и управление персоналом приобретает особое значение, так как от людей зависит состояние организации. Кризис грозит организации не только финансовыми проблемами и утратой своих позиций на рынке, но и потерей квалифицированных кадров, без которых преодолеть кризис невозможно.

Специалисты отмечают, что наибольшее распространение в современных условиях в отношении персонала получило сокращение штата с целью уменьшения затрат на персонал. Так, например, на февраль 2016 года эксперты рынка труда указывали: «более 60 тысяч больших и малых региональных компаний и предприятий анонсировали новые сокращения персонала, в то время как годом раньше их было чуть больше 25 тысяч. То есть произошел стремительный рост терпящих бедствие бизнесов – почти на 250%. К скорым увольнениям готовятся более 650 тысяч жителей России».[1]

Исследование рекрутинговой компании HeadHunter «Банк данных заработных плат» показало, что 23% опрошенных компаний планируют в 2016 году сокращать персонал. В организациях, где сотрудников сокращения пока обошли стороной, тоже произойдут изменения: 13% малых и средних опрошенных компаний собираются сокращать соцпакеты, а среди крупных компаний сокращения социальных расходов на персонал планируют 19% опрошенных. Они будут сни-

[1] Сайт «ОДД «За национализацию и деприватизацию» [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://deprivat.ru/news/armija_bezrabotnykh_rossijan_dvinulas_v_moskvu/2016-02-08-154

жать расходы на корпоративы (89% опрошенных), внешнее обучение сотрудников (59%), бонусы для их семей (45%).[1]

Вместе с тем, по нашему мнению, сокращение персонала не всегда приводит к реальному сокращению расходов. Во-первых, необходимость соблюдения всех норм трудового законодательства делает сокращение персонала длительным и довольно затратным процессом. Предполагаемое снижение затрат на оплату труда на самом деле может оказаться неэффективным, поскольку компенсационные выплаты увольняемым сотрудникам могут превысить размер потенциальной экономии. Даже простые расчеты показывают, что финансовые потери компании при сокращении одного сотрудника составляют от 2 до 4 его ежемесячной заработной платы.

Во-вторых, при сокращении персонала предполагается достичь «автоматического» повышения результативности труда оставшихся работников, которые должны «доказать» свое право остаться в компании. Однако, на практике такой положительный результат может быть не достигнут, поскольку отрицательная мотивация «страха увольнения» делает более активными, как правило, не самых компетентных сотрудников, а тех, кто лучше адаптируется к мнению руководителя. Так, специалисты Департамента труда США, проведя анализ последствий сокращения персонала в период финансового кризиса 2008-2010 годов и его влияния на результаты деятельности предприятий, указывают, что сокращение персонала сопровождалось увеличением прибыли только у 51% компаний, у 49% компаний прибыль не увеличилась, а у 20% из них даже упала.[2]

В-третьих, при массовых сокращениях организация рискует навсегда потерять квалифицированные кадры, которые будут ей необходимы после выхода из кризиса. Попавший под увольнение работник, особенно высокопрофессиональный и востребованный на рынке труда, вряд ли захочет вернуться в компанию, которая не смогла решить его проблемы в трудной экономической ситуации. Соответственно, «экономия» на персонале сегодня может обернуться значительными затратами на поиск персонала завтра, когда кризис закончится и необходим будет интенсивный рост в новых условиях.

---

[1] Сайт «Бизнес изнутри» [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.rb.ru/article/chetvert-rossiyskih-kompaniy-gotovitsya-sokrashhat-personal-v-2016-godu/7598547.html

[2] Сайт «HR-Portal» [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://hr-portal.ru/article/kak-sokratit-personal-i-sohranit-doverie-teh-kto-ostanetsya

Таким образом, далеко не всегда сокращение персонала является наилучшей формой решения экономических проблем организации в кризисный период, а иногда даже наоборот. Поэтому, в первую очередь необходимо рассматривать иные варианты сокращения расходов на персонал, которые во многих случаях могут позволить отказаться от сокращения.

Несмотря на финансовые ограничения, нельзя забывать о мотивации. Премии, пусть в меньшем объеме и не так регулярно обязательно должны присутствовать для поддержки поведенческих и управленческих стандартов, нацеленность работников на достижение поставленных целей. Ключевое значение в мотивации занимают программы, работающие на формирования ощущения достижений, заботы и результата, сплачивают сотрудников в одну команду.

В кризис применение традиционных подходов к социальному пакету также сталкивается с финансовыми ограничениями. В этих условиях можно предоставить сотрудникам право выбора социальных льгот в рамках индивидуального пакета, что позволит оптимизировать корпоративный бюджет на социальные льготы за счет избавления от льгот непопулярных, но дорогостоящих.

Несмотря на кризисную ситуацию, нужно помнить об обучении персонала, что обеспечит конкурентоспособность компании и профессиональную компетентность сотрудников. Необходимо искать такие формы обучения, которые минимизируют финансовые затраты. Например: проведение мастер-классов опытными сотрудниками; подведение итогов работы в форме обучения и развития сотрудников, изучение рабочих ситуаций (кейсов), связанных с деятельностью компании; обучение действием («кружки качества») и т.п.

В кризисной ситуации особое внимание следует уделять корпоративной культуре, обеспечивающей поддержание «боевого духа» организации. Конечной целью здесь должна стать ситуация, когда руководители и сотрудники будут проявлять энергию и стремление к сохранению устойчивости и конкурентоспособности, а в подразделениях компании появятся «агенты влияния» – неформальные лидеры, лояльные не только к руководству, но и к компании в целом. Также эффективно работает сокращение социальной дистанции между руководителем и коллективом, вовлечение персонала в процесс выработки антикризисных мер, что позволит сотрудникам почувствовать свою ответственность за происходящее в компании и позитивно относиться к принятым решениям руководства.

Но, если все-таки единственным вариантом сокращения расходов на персонал для компании остается сокращение штата, то необхо-

димо подходить к этому процессу избирательно и адресно. Для этого может быть использован хорошо известный «принцип Парето», который определяет качественные характеристики персонала через формулу «20 : 70 : 10». В данной формуле 20% сотрудников – это ключевые специалисты, обеспечивающие ее доходность и прибыльность, 70% – линейный персонал, осуществляющий основные базовые процессы, а 10% – сотрудники, вклад которых в финансовый результат компании не является значимым. В первую очередь необходимо сохранить ключевых сотрудников, это некая основа организации, её «хребет». В этой группе сотрудников допустимо сокращение не более, чем на 10 %, среди линейного персонала – до 20 %, а непрофильный персонал может быть сокращен до 70 %.

Конечно же, при этом необходимо применять программы аутплейсмента, которые позволяют решить многие психологические проблемы, избежать социальной напряженности на предприятии и негативной реакции сотрудников, сформировать позитивный образ компании в глазах потенциальных партнеров, достойно расстаться работникам со своими работодателями, оставляя возможности для возобновления сотрудничества в будущем.

Таким образом, проведенное нами исследование позволило выявить наиболее опасные «ловушки» в кадровой работе, с которым сталкиваются компании в период экономического кризиса. Стремление избежать эти ловушки приводит к необходимости выработки специальных антикризисных способов управления персоналом, учитывающих, с одной стороны – ограниченность финансовых возможностей организации, а с другой – поддержание внутренней стабильности и потенциальных кадровых возможностей для последующего роста. Основной смысл этих способов заключается в понимании того, что не стоит сразу же прибегать к сокращению персонала, так как данный метод не только не решит имеющиеся проблемы, но и неблагоприятно скажется на дальнейшем существовании компании. Чтобы избежать этого способа сокращения расходов на персонал, необходимо применять различные варианты антикризисных мер управления персоналом: поддержание необходимых условий благоприятной атмосферы в коллективе, корректировка вариантов мотивации с учётом финансовых ограничений, обучение персонала с привлечением «внутренних» ресурсов, выработка антикризисных элементов корпоративной культуры и ряд других.

В общем, при формировании антикризисного плана кадровой работы следует помнить о стратегических приоритетах компании, так как кризис не вечен. Если рассматривать экономический кризис как

«точку отсчета» для последующего роста, то в этот период выиграют те работодатели, которые, несмотря ни на что, найдут возможность сохранить лучших работников и заложить новые принципы формирования кадрового профессионального потенциала, в том числе, создав благоприятные условия для привлечения «высвобождающихся» профессионалов на рынке труда.

Петунина И.В.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук Аксенова М.А.

ИСКУССТВО МОТИВАЦИИ ПИТИРИМА СОРОКИНА: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ

Эффективное управление современной организацией обеспечивается использованием богатейшего практического опыта и научных знаний. Многочисленными исследованиями доказано, что среди них приоритет остается за мотивационными факторами, которые формировались и «шлифовались» на протяжении длительного времени.

Одной из трактовок выстраивания в менеджменте организации системы мотивационного поведения людей в процессе совместной деятельности, является теория кар и наград российского исследователя Питирима Сорокина (1889-1968). Молодой ученый в 24 года публикует первый труд под названием «Преступление и кара, подвиг и награда». Эту книгу высоко оценила русская научная общественность как выдающийся вклад в отечественную и мировую историю и управленческую науку.

Раскрывая сущность теории, Питирим утверждает, что награда и наказание представляют своего рода рычаг давления, оказывают мотивационное влияние на поведение людей, влияют на психику человека, побуждая его выполнять определенные действия.

Точно таким же рычагом являются и представления о ряде нежелательных для данного человека последствий, вытекающих из того или иного его поступка.

Эти нежелательные последствия (страдание, вред, невыгода и т. д.), которые обрушатся на него, если только он совершит тот или

иной акт, заставляют его воздерживаться от данного акта, который без давления этого второго рычага неминуемо совершился бы[1].

Награды и наказания являются частным случаем этих желательных и нежелательных последствий; представление о награде, которая произойдет, если будет исполнен тот или иной акт, влияет на человека на психическом уровне и заставляет его совершать действия, или терпеть, во избежание определённых последствий.

То же относится и к карам. Кары являются одним из видов тех нежелательных последствий, которые соответствующим образом воздействуют на поведение человека и делают его иным в сравнении с тем поведением, которое было бы, если бы этого рычага кар не было.

Следовательно, поведение человека меняется в зависимости от представленных в его сознании последствий, соответствующих мер наказания и поощрения.

В своей теории Питирим Сорокин переходит к анализу карательного и наградного акта. В самом деле, в каждом карательном и наградном акте или в их переживании можно различить:

1) представление субъекта карательного и субъекта наградного акта, то есть лиц, выполнявших эти акты. Этими субъектами в представлении различных людей были: и сверхъестественные существа (боги, духи, души предков, ангелы, бесы и т. д.), и естественные (люди, животные, растения, неодушевленные предметы) и конкретно-единичные и абстрактно-групповые;

2) представления объектные: всякая кара или награда есть, прежде всего, акт;

3) представления адресатов: лиц, по адресу которых направляется соответствующий карательный или наградной акт

4) представления: времени, места, вещей, даруемых или отнимаемых, т.е. своего рода причина, ради которой совершается определенный акт.

Все эти представления для каждого человека по своему влияют на сознание и являются причиной побуждения к действию.

Далее, ученый предлагает классификацию подвигов и наград (преступлений и наказания). По его мнению, существует несколько типов классификаций[2]:

---

[1] Красовский Ю.Д. Организационное поведение: учебник. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.С.32

[2] Захарова Л.Н. Психология управления: учебное пособие. – М.: Логос, 2011. С.21

1. По содержанию самого акта:
- совершенные субъектами единично-конкретными;
- абстрактно-групповыми.
2. По субъекту
3. По объекту или по содержанию акта:
- семейные;
- государственные;
- религиозные и т. д.
4. По важности:
- преступления;
- проступки;
- полицейские нарушения.

Питирим Сорокин верно подметил, что все акты кар и наград постепенно представляют собой шаблон. В каждой социальной группе устанавливается определенный курс преступлений и услуг, т.е. существуют конкретные меры, а именно, за определенное преступление расписано конкретное наказание, а за совершение подвига существует определенная награда.

В обществе только кары и награды могут остановить людей от исполнения актов, требуемых их моральным сознанием и запрещенных обществом. Без кар и наград внутригрупповая борьба была бы не редким явлением, а постоянным. Следовательно, всевозможные акты письменного содержания, а так же моральная сторона акта, и соответствующие последствия, воздействуют на поведение людей и заставляют принять решение, оказывающее влияние на дальнейшее поведение индивида.

В заключении необходимо отметить, что Питирим Сорокин рассмотрел очень важную проблему общества, организаций и конкретного человека, не потерявшую своей актуальности на сегодняшний день.

Любая компания старается мотивировать, заинтересовывать работника в деятельности фирмы. Для этого существуют различные способы мотивации сотрудников организации.

Мотивация способствует побуждению человека к деятельности для достижения общих организационных и личных целей ее сотрудников. Конечно, изменение внешних условий вносит определенные коррективы в механизмы реализации мотивационных систем на уровне менеджмента конкретной организации, но концептуальные положения теории кар и наград не теряют своей сущности.

Следует подчеркнуть, что кары и награды не только отлично мотивируют сотрудника, но и в соответствии с повторением и влиянием на психику трансформируют поведение, нравы, привычки и вообще нашу

жизнь, позволяя тем самым более результативно осуществлять коммуникационное взаимодействие, как в обществе, так и на уровне конкретной организации.

Поцикалова К.И.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Аксёнова М.А.

РЕСУРСНАЯ ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕЁ РОЛЬ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧНОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ

В условиях глобализации усиливается роль научных подходов в менеджменте организаций. Первостепенное значение теперь приобретают такие направления, которые отражают изменившиеся условия функционирований организаций. Это связано с ориентацией на современные технологии, проблемой рисковых инвестиций, способами высокопродуктивного ведения хозяйства, прогнозированием потребительского спроса и действий конкурентов, усилением стратегического подхода в управлении.

Ресурсная теории объясняет, что любая организация – это, прежде всего, совокупность различных производительных ресурсов, а устойчивый успех будет непосредственно зависеть от наличия у организации уникальных ресурсов и организационных способностей, которые, являясь причиной недоступных соперникам экономических рент, определяют конкурентные преимущества данного предприятия.

Выдвинул данную теорию в 1984 году К.Вернерфельт в своей статье "Ресурсная трактовка фирмы". .Однако подъём интереса научных и деловых кругов к ресурсной теории произошел после появления в 1990 году публикации К.К. Прахалада и Г. Хамела "Ключевая компетенция корпорации". В ней доступно и убедительно, на примерах компаний-лидеров были объяснены преимущества концепции организации как портфеля компетенций, а не как портфеля бизнес-единиц. Ученые сделали вывод о том, что настоящие источники конкурентного преимущества заключаются не столько в удачных вложениях в привлекательный бизнес, сколько в умении менеджмента объединить рассредоточенные по компании технологии и производственные навыки в компетенции (например, управление качеством, системная интеграция, миниатюризация). Именно они наделяют организацию потенциалом быстрой адаптации к изменяющимся рыночным условиям и потребностям потребителей.

Цель ресурсной теории - постоянный поиск, приобретение, производство, развитие и получение экономическойприбыли от использования

своих ресурсов.Ресурсный подход подчеркивает, что ключом к стабильно высоким прибылям является не копирование модели поведения других организаций (которые надо, конечно, изучать и не оставлять без внимания), а развитие собственной уникальности компании как основы предложения ею потребителям неповторимых товаров и услуг. В конечном итоге сущностью успешных стратегий стало считаться не сдерживание любой ценой соперника в рыночной конкуренции, а создание собственных, трудно копируемых другими фирмами организационных компетенций как залога лидерства в бизнесе.

Основными ресурсами организации являются осязаемые и неосязаемые ресурсы.

Осязаемые ресурсы, или материальные активы, - это физические и финансовые активы предприятия, которые воспроизведены в бухгалтерском балансе (основные фонды организации, её запасы, денежные средства).

Неосязаемые ресурсы осуществляются с помощью организационных процессов, организации труда и организации производства,это непосредственно часть потенциала предприятия, которая приносит экономическую прибыль на протяжении длительного периода времени и имеет нематериальную основу получения доходов. К ним относятся: торговая марка, имидж предприятия, егопрестиж; а также квалификация персонала, опыт, его компетенция, известность управленческой команды.

В период активного роста организации, её благополучия, а также в период устойчивого экономического развития в обществе наиболее важнымидля организации, конечно, являются осязаемые ресурсы и эффективное управление ими. В период упадка организации, или в период финансово-экономического кризиса большее внимание в организации будет уделяться ее неосязаемым ресурсам.

Анализ ресурсов полезен и интересен своими тремя основными направлениями.

Во-первых, ресурсы интересны тем, что при эффективном и рациональном управлении ими организация может получать от них постоянную экономическую выгоду. Ресурсы на предприятии должны стать постоянными, надежными мультипликаторами денежных потоков и прибыли в организации.

Во-вторых, ресурсы интересны с точки зрения обеспечения и роста конкурентоспособности организации. Здесь ресурсная теория выявляет связи и объясняет факторы конкурентных преимуществ, их динамику в категориях ресурсов организации. Если все же конкурентное преимущество организации основано на владении какими-либо ресурсами, то другие организации предпринимают попытки блокировать или замедлять

применение таких ресурсов, создавая различные барьеры, и организация должна быть к этому готова.

В-третьих, анализ использования ресурсов интересен с точки зрения минимизации организационных потерь, которые, как известно, могут создать в любой компании так называемое «невидимое предприятие». «Невидимое» предприятие может потреблять огромное количество ресурсов, не создавая при этом никакой продукции и никаких ценностей для потребителей. Выявляя и устраняя организационные потери и минимизируя эффект «невидимого предприятия», организация может обеспечить себе успешное развитие.

Показателен опыт японских компаний, добившихся в конце XX века больших преимуществ в международной конкуренции,при помощи своих выдающихся организационных способностей в снижении затрат, логистике, управлении качеством и быстрой разработке новых качественных продуктов.

Ресурсная теория на сегодня достаточно актуальна, и является неотъемлемой частью управления в современной организации, ведь в условиях нынешнего экономического кризиса использование ресурсов может привести к разным результатам. Действительно, для организации кризис может пройти неодинаково: как малозаметно, очень долго, отвлекая на себя большие ресурсы и ведя компанию к разорению, так и крайне быстро, если менеджмент фирмы вовремя проанализировал имеющиеся ресурсы и определил, что из них необходимо изменить для успешного преодоления кризиса.

Таким образом, применение ресурсной теории может существенно улучшить деятельность организации и тем самым обеспечить экономичность осуществления организационных процессов в менеджменте.

Рева У.В.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Гурина М.А.

ИССЛЕДОВАНИЕ РОЛИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ТРУДА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Предпринимательство - уникальное социальное явление, присущее наиболее активным представителям общества. Предпринимательство отражает реакцию общества на изменение социальных условий и общественного спроса, является главной опорой для рыночной экономики страны. Всестороннее правовое регулирование предпринимательской деятельности и широкое изучение предпринимательского права становятся важными фак-

торами успеха проводимых в стране экономических реформ. Мировой опыт показывает, что при полноценной и эффективной работе руководителей государства и обеспечении нормального функционирования законов, страна будет процветать независимо от ее географического положения. Следовательно, экономические достижения, победы и поражения абсолютно всех стран определяются не только исключительно экономическими условиями страны (нефть, газ, и т. д.), но и конкретной политической и правовой стратегией их руководства в отношении к предпринимательству и предпринимателю, в связи с чем предпринимательская деятельность представляется ключевым элементом хозяйственного механизма, а предприниматель - одной из центральных фигур социально-экономической жизни общества.

Как результат, чем больше возможностей у предпринимателя для расширения своей деятельности, тем более высокими являются темпы развития национальной экономики.

Предпринимательство выступает в качестве особого вида экономической активности, которое характеризуется обязательным наличием инновационного момента – будь то производство нового товара, смена профиля деятельности или основание нового предприятия. Предпринимательская деятельность способствует организации производства товаров, всего движения товарных масс и доводит их через посредство рынка до конечного потребителя, связывая таким образом экономическую жизнь общества в единое целое. Наряду с производством товаров она оказывает множество разнообразных услуг гражданам, приводит в движение финансовые и фондовые рынки, мобилизует интеллектуальный потенциал общества для развития науки и создания новых технологий, создавая тем самым предпосылки для ускорения научно-технического прогресса, что приводит к технологическому развитию страны, выдвижения продукции на мировой рынок. Кроме того, уплачивая государству основную массу налогов, тот, кто занимается предпринимательской деятельностью, то есть непосредственно предприниматель, по существу, содержит государство, финансирует его основные расходы. Это означает, что именно предпринимательская деятельность позволяет государству обеспечить своим гражданам гарантированный материальный и образовательный уровень, соответствующее медицинское обслуживание, выплату пенсий и пособий. Это способствует улучшению уровня жизни в стране, ее демографического, социального и экономического уровня. Средства, получаемые государством за счет предпринимателей, составляют немаловажную часть государственного бюджета, и способствует движению денежных масс в стране.

Таким образом, предпринимательство играет огромную роль в общественном развитии, являясь важнейшей формой социально-экономической деятельности.

Осознание важности изучения роли предпринимательского труда в современном обществе позволило сформулировать цель, задачи и предмет нашего исследования. В качестве метода исследования был выбран метод анкетного опроса. Время проведения опроса – февраль 2016 г. В анкете использовались закрытые и открытые вопросы, о возрасте респондентов, поле, мнении относительно предпринимательского труда в обществе. С целью получения наиболее репрезентативных исследований, были опрошены женщины и мужчины различных возрастных категорий.

Целью данной работы стало исследование проблем и перспектив предпринимательского труда, а также значимости предпринимательской деятельности для современного общества.

Для достижения поставленной цели исследования необходимо было решить следующие задачи:

- выявить положительные и отрицательные аспекты влияния российского предпринимательства на жизнь общества;
- определить степень информированности граждан о предпринимательской деятельности;
- выявить отношение общества к предпринимательскому труду.

Объектом нашего исследования стали люди в возрасте от 14 до 72 лет. Выборка составила 71 человек. Предметом исследования выступает отношение людей к предпринимательскому труду, а также значимость предпринимательской деятельности для современного общества.

В ходе исследования были выдвинуты семь гипотез с помощью которых удалось сформулировать выводы по данной теме и рассмотреть данную проблематику с различных сторон.

Таким образом было установлено, что большая часть населения не разделяет мнение о социальной ответственности предпринимателей − предпринимательство не оказывает помощь и поддержку различным социальным слоям населения, общественной культуре, науке, образованию, спорту, а больше ориентировано на получение прибыли. Так считает 63,4% опрошенных респондентов.

Большинство опрошенных выбрали ключевым преимуществом предпринимательской деятельности самостоятельную постановку и достижение целей, независимость от иерархичности отношений в работе. Так ответили 46,2 % респондентов. Второе место по популярности - это «возможность получения высокого дохода» и «удовлетворение потребности в самовыражении» (23,1 %).

Желание современных людей в нашем государстве заниматься предпринимательством сильно связано с поддержкой государства. В этом случае предпринимательским трудом занялись бы 53,5 % опрошенных респондентов.

По мнению большинства опрошенных в средствах массовой информации проблемы предпринимательства освещаются поверхностно, неглубоко и чаще всего негативно, а материалы о предпринимательской деятельности, в основном носят негативный характер (78,9 %).

Положительными аспектами влияния российского предпринимательства на жизнь общества является «создание рабочих мест», так посчитали 71,8 % участников анкетирования, а также «появление разнообразных видов деятельности» (35,2 %).

Среди отрицательных аспектов влияния предпринимательства на общество респонденты выбрали «серую» заработную плату и «коррупцию и неуплату налогов» (54,9 % и 52,1 % соответственно).

Наиболее привлекательной сферой предпринимательства сегодня, по мнению большинства, является производство. Этот вариант ответа выбрали 47,9 % опрошенных.

Таким образом, исследование показало, что предпринимательский труд оказывает значительное влияние на современное общество. На основе полученных результатов можно прийти к выводу о том, что предпринимательская деятельность в России пока что только набирает обороты в своем развитии и нуждается в большей поддержке со стороны государства. В свою очередь, основная часть населения хотя и не считает, что предпринимательство выполняет значительную социальную функцию, а ориентировано лишь на получение прибыли, тем не менее, выделяет положительные стороны предпринимательской активности для общества. Для преодоления негативных факторов влияния предпринимательского труда на общества необходимо уделять внимание формированию культуры российского предпринимательства и предпринимательской этики, отвергающей любые пути нечестного извлечения прибыли и ориентации на достижение общественно значимых целей.

Руднева С.И.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Аксенова М.А.

ЭВОЛЮЦИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СИСТЕМ: ОТ АНТИЧНОСТИ ДО СОВРЕМЕННОСТИ

Организация в менеджменте - это объединение людей, совместно реализующих некоторую программу или достигающих определенной цели, действующих на основе определенных процедур и правил. В узком смысле под организацией понимают относительно автономную группу людей, ориентированную на достижение некоторой заранее определенной

цели, реализация которой требует совместных координированных действий.

Общество состоит из множества организаций, с которыми связаны все аспекты и проявления человеческой жизнедеятельности. Одной из самых древних и устойчивых социальных организаций является семья. Семья - это форма организации совместной жизнедеятельности людей, существование которой диктуется необходимостью удовлетворения социальных, культурных и иных потребностей человека. На основе семьи впоследствии развивались и другие организационные структуры: род, племя, общины, поселения, народности, нации, государства и другие виды социальных, экономических, организационных объединений.

В античных рабовладельческих демократиях (афинская, римская – V-IV вв. до н.э.) сложилась стройная организационная и управленческая структура. Первичной социально-экономической ячейкой были демы - самоуправляемые сельские и городские общины, имеющие собственные собрания, финансы, суд, полицию и другое. Во главе демов находились демархи, которые представляли демы в органах местного и центрального управления.

Характерной особенностью экономической жизни Средневековья в Европе была цеховая организация. Цехи – это объединения ремесленников определенной профессии в пределах данного города, которые появились почти одновременно с возникновением городов: в Италии – с X в., во Франции. Англии, Германии и Чехии – с XI – XII вв. Цеховая организация охватывала все стороны жизни ремесленника. Цех являлся военной организацией, участвующей в охране города и выступавшей как отдельная боевая единица городского ополчения в случае войны. Цех имел своего «святого», день которого он праздновал, свои церкви или часовни, т.е. был своеобразной религиозной организацией. Стоит отметить, что цех выступал в качестве организации взаимопомощи ремесленников, которая обеспечивала за счет вступительного взноса в цех, штрафов и других платежей помощь нуждающимся членам цеха и их семьям.

С развитием промышленности цеховая организация ремесленников начала распадаться. На смену ей приходил другой тип организации – мануфактура. Мануфактура – большое предприятие, где в основном применялся ручной труд наемных рабочих, и широко использовалось разделение труда. Усложнение организации производственного процесса и вызванная этим необходимость весьма значительных капиталовложений решающим образом способствовали концентрации производства и капитала. Мануфактурное, фабрично-заводское производство периода свободной конкуренции в ряде отраслей постепенно сменяется монополией.

Формы монополистических объединений были различными – картели, синдикаты, тресты, концерны и другие.

К концу XIX века в экономической жизни промышленно развитых стран отчетливо появилась тенденция к сращиванию банковского и промышленного капиталов, т.е. к образованию финансового капитала. Интересы банков и промышленных предприятий начали переплетаться все теснее, в связи с чем стала образовываться личная уния руководителей банковских промышленных монополий.

Становление и разработка современной концепции организации в странах Западной Европы и в США в значительной степени связаны с индустриализацией процесса производства, которая вначале носила преимущественно прикладной, производственный характер.

Большую роль в формировании концепции организации сыграли экономический кризис конца 20-х – начала 30-х годов и послевоенное экономическое развитие в различных регионах мира. Центром внимания современных исследователей являются последствия, которые научно – техническая революция (НТР) вызвала в теории организации, а также обратное влияние последней на НТР.

В западной теории организации сложилось множество моделей организаций, вокруг которых сгруппировались целые школы исследователей: 1. Организация как трудовой процесс. Ее особенность – запрограммированное поведение работника по рациональной схеме, а также восприятие работающего индивида как механизма, пригодного к производственному ритму. 2. Организация как отлаженный механизм, основанный на формализованных связях, статусах, многоуровневой административной иерархии, единстве командования и жестком контроле. Человек в этой модели организации является абстрактной личностью. 3. «Бюрократическая» модель. Ее характерная черта – рационализация поведения человека в коллективе. М. Вебер разработал эту модель с целью преодоления свойственной людям иррациональности в поступках и отношениях. Рационализация достигается за счет однозначности, точности установок, четкой субординации.[1] 4. Организация – самоуправляющаяся община, сущность отношений и связей в которой – «человек – человек», «человек – группа», причем отношения эти строятся на межличностной основе, взаимных симпатиях, общих интересах, принятых в группе нормах и принципах поведения. 5. Социотехническая модель, которая основывается на зависимости внутригрупповых связей от технологии производства и обратном влиянии социально-психологических отношений в группе на производительность труда. 6. Интернационистская

[1] М. Вебер. Политические работы. М.: Праксис. 2011. С.89.

модель. Ч. Бернард, а затем Г. Саймон, Дж. Марч и другие рассматривают организацию как систему длительных взаимодействий между работниками. Члены организации привносят в ее отношения собственные ожидания и ценности, обычаи и традиции. 7. «Естественная» организация – модель, предложенная Т. Парсонсом, Р. Мертоном и др. Функционирование данного типа организации рассматривается как объективный, саморегулирующийся процесс, в котором субъективное начало не преобладает. Такая модель рассматривает организацию не как управляющуюся только с помощью внешних команд и импульсов, а как специфическую социальную систему, развивающуюся в соответствии с собственными закономерностями.[1]

Организации XXI представляют из себя сложные социально-экономические системы, управление которыми требует знания зависимостей, закономерностей, постоянно возникающих как во внутренней, так и во внешней среде.

В современном мире очень важно знать и помнить, как происходила эволюция организационных систем. Социальная, экономическая и государственная практика народов разных стран и регионов выработала на различных этапах своей истории уникальные формы организации общественной жизни, без которых было бы невозможным развитие управленческих наук.

Седых Е.В.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. техн. наук, доц. Щетинина И.С.

КРЕАТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

За последние время креативный маркетинг набрал значительную популярность на конкурентном рынке. Возрастает роль конкурентной борьбы на сырьевых и товарных рынках, повышаются требования к качеству производимых товаров и услуг. Обычная реклама уже порядком наскучила: она порой не только не привлекает внимание потребителя, но своей назойливостью и чрезмерностью отталкивает его от раскручиваемого бренда или продукции.

[1] Т. Парсонс. Система современных обществ. М.: Аспект-Пресс. 2009. С.22.

Маркетинг выступает неотъемлемым инструментом, двигающим инновационное развитие экономики. Согласно результатам практики применения маркетинговых инструментов в экономике последних десятилетий, стремительно увеличивается важность присутствия методов и инструментов, в основе которых также заложена креативная составляющая.

В качестве примера служит успешная деятельность таких компаний-лидеров мировой экономики, как Google, Samsung, Apple. Во многом конкурентные преимущества и высокие показатели экономической деятельности данных компаний достигнуты благодаря применению креативных методов, способствующих активизации и привлечению качественного творческого ресурса, лежащего в основе инноваций.

В российской экономике отмечается курс на инновационное развитие. Всесторонняя модернизация ключевых отраслей промышленности и инфраструктуры является основой экономической политики России.

Чтобы удивить и одновременно заинтересовать покупателя был придуман креативный маркетинг**.**

Креативный маркетинг – это «результат творческой «фантазии» профессионала-маркетолога. По сути, это свобода в принятии маркетингового решения с учетом сложившейся конъюнктуры, опыта, знаний, поведения потребителей в каждом из сегментов рынка». В свою очередь большая ответственность в данном случае ложится именно на маркетолога, он должен обладать латеральным мышлением, которое будет заключаться в перенаправленности от традиционного, в разрезе стандартных подходов одной из идей, создание чего-то экстраординарного и в поиске оригинального способа выражения.

Для того, чтобы создать новый продукт предприятию необходимо провести ряд исследований рынка по схожести продукта, чтобы выявить существует ли потребности потребителей, который сможет удовлетворить инновационный продукт. В ходе исследования и возникает необходимость креативного маркетинга, который путем творческой деятельности способен направить на усовершенствование товара целью, которого будет увеличение большего потока клиентов.

Не стоит бояться или ограничивать потоки новаторской деятельности, не смотря на то, что она сопряжена с колоссальными рисками. В конечном итоге они смогут себя не только окупить, но и значительно преуспеть на рынке, закрепив за собой лидирующие позиции, которые впоследствии для конкурентов станут недостигаемыми.

Любая инновация начинается с разработки креативного продукта. Использование креативного маркетингового подхода накладывает отпечаток на созданный товар, наделяя его своеобразными характеристиками, а именно:

1. **Новизна товара.** Первым признаком креативной идеи может служить новая технология изготовления, изменение состава или комплектации самого товара.

2. **Нестандартность товара**. Второй признак отвечает за разрушение сложившихся стандартов, иногда его применение выражается в совмещении несовместимых (на первый взгляд) компонентов.

3. **Целесообразность в использовании**. Сегодня на рынке существует множество товаров, удивляющих своими сочетаниями. Эти товары, несомненно, новые и нестандартные, однако не каждый из них приносит прямую пользу потребителю.

4. **Развитие**. Создание товара на основе креативной идеи должно быть нацелено на дальнейшее развитие компании и отрасли, в которой она работает.

Также следует отметить взаимосвязь креативного маркетинга и инновации. В контексте всего бизнеса, конечный результат использования креативного маркетинга будет выражаться именно в экономических показателях, а не в коммуникативных, — последние представляются лишь промежуточными и являются основой для будущего преобразования в прибыль. Практическая сущность креативного маркетинга должна превалировать над творческой составляющей процесса или результата, т.к. оценка эффективности маркетинговой идеи будет производиться не по степени ее оригинальности, а по степени инновационности, т.е. экономической результативности.[1]

Можно также выделить предпосылки, которые делают возможным рождение инновации, в том числе и маркетинговой:

Во-первых, необходимо наличие понимания руководством предприятия того, что инновации имеют особое значение в современной рыночной экономике. Они являются, с одной стороны, показателями конкурентоспособности предприятия, с другой — обеспечивают эту конкурентоспособность.

Во-вторых, предприятие должно быть восприимчивым к творческим идеям, любую из которых необходимо рассмотреть с точки

[1] Шубаева В.Г. Формирование и управление развитием творческого потенциала предпринимательских структур. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2013. — 259 с.

зрения ее результативности и приносимых предприятию выгод при ее внедрении.

В-третьих, «инновации в предпринимательской деятельности необходимо рассматривать как явление, лежащее в сфере спроса, а не предложения, т.к. инновация изменяет ценность и полезность, извлекаемые потребителем товаров, она преобразует экономические ресурсы в новую, более продуктивную форму», позволяющую обрести конкурентные преимущества.

В-четвертых, особое значение приобретает объединение усилий всего коллектива предприятия по доведению творческого решения до его инновационного воплощения.

Момент потребности в маркетинговой инновации можно рассматривать как определенный временной период, обусловленный объективными экономическими законами, независящими от нас и наших знаний о них, когда может быть введено новшество для сохранения (если оно уже есть) или достижения экономического равновесия. При этом предприятие может внедрять маркетинговые нововведения без наличия острой в них необходимости как со стороны самой компании, так и со стороны рынка. Назовем такое поведение предприятия как использование стратегии предвидения или проактивной маркетинговой стратегии. Другой вариант представляет собой внедрение маркетинговой инновации в момент наличия непосредственно рыночной потребности или потребности предприятия, обусловленной факторами внешней среды. В данном случае сигналом, сообщающим о возникновении потребности в маркетинговой инновации, будет появление у фирмы каких-либо проблем, будь то снижение прибыли, уменьшение рыночной доли или, наконец, стагнация деятельности фирмы. Такое поведение предприятия представляет собой реактивная маркетинговая стратегия.

Применение креативного маркетинга на предприятии является весьма грамотной стратегией и дает преимущественные позиции на различных стадиях производства товара или услуг. На стадиях насыщения и спада применение такого подхода приобретает особую значимость. В условиях снижения темпов роста сбыта продукции и значительного усиления конкуренции размер прибыли предпринимателя снижается, а потенциальный потребитель становится менее восприимчивым к рекламным сообщениям и постепенно теряет интерес к товару или услуге.

Креативный маркетинг является продуктивным, когда он ориентирован на последующие практические действия, обеспечивающие рост и прогресс, как предприятия, так и экономики в целом. Отсюда

творчество, воплощенное в инновацию, позволяет перейти с одной ступени развития на другую, обеспечивая тем самым, движение вперед и новое качественное состояние предприятия.[1]

Разумное сочетание творческого начала и прагматического подхода является залогом эффективного функционирования в предпринимательской среде любого субъекта — от крупной компании до отдельного предпринимателя.

Таким образом, выявление взаимосвязи креативного маркетинга и инновационной деятельности предприятий позволяет нам выделить новую миссию инновационной экономики через активизацию, развитие и придание позитивной направленности процессам, происходящим в социально-экономической системе посредством реализации предприятиями своих творческих идей в инновациях, позволяющих достичь при этом прогрессивного развития рынков.

Исходя из вышесказанного следует, что внедрение креативного маркетинга даст возможность творчески видоизметить товар, тем самым продлить его жизнь на рынке и не допустить вывода товара с рынка, как потерявшего конкурентоспособность и спрос. Креативный маркетинг на сегодняшний день является, пожалуй, одним из основных инструментов, которым предприятия смогут оперировать в своей борьбе с фирмами-гигантами.

Селезнева Е.А.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. ист. наук, доц. Мещерякова Л.И.

КРАУДСОРСИНГ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ РЕШЕНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ЗАДАЧ

Мощным толчком для использования краудсорсинга в качестве модели решения сложных, требующих больших затрат и длительного времени управленческих задач, выполнение которых осуществляется быстро и эффективно, стало стремительное развитие информационных технологий и, прежде всего, Интернета.

В 2003 году гватемальский предприниматель и учёный, Луис Фон Ах вместе со своими коллегами впервые предложил понятие "человеческих вычислений" (human computation), которое означало ис-

[1] Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд. / Под общ. ред. Г.Л. Багиев. — СПб.: Питер, 2014. — С.60

пользование возможностей человека для выполнения вычислительных задач, неподвластных компьютеру и стал позже крупным специалистом в области краудсорсинга.

Термин "краудсорсинг" образован от английских слов crowd — «толпа» и sourcing — «использование ресурсов». Он впервые был сформулирован в 2006 году редактором журнала "Wired" Джеффом Хау в статье под названием "Восход Краудсорсинга», под которым изначально понималась организация работы группы людей над какой-либо задачей ради достижения общих благ, в последствие как использование потенциала огромного количества людей для решения различный задач.

В рамках парадигмы краудсорсинга решение управленческой или бизнес-задачи передается распределенной и весьма многочисленной группе людей, используя Интернет-ресурсы. За счет этого снижаются время достижения результата и стоимость.

Одним из первых примеров краудсорсинга можно назвать составление Оксфордского Английского Словаря. Издательство обратилось к общественности с просьбой прислать варианты терминов с возможностью их включения в словарь. В результате за 70 лет было получено более 6 млн. писем.

Исследователи краудсорсинга выделяют сферы его использования, типы решаемых задач, достоинства и недостатки.

1. По сферам применения:

-бизнес – среда - создание нового логотипа, написание текстов;

- социальный - "Карта пожаров", поиск пропавших людей, сбор средств на строительство школы и т.д.

- политический - проекты обсуждения различных законов и иных государственных инициатив.

2. По типу решаемых задач:

- создание продукта (контента). Одним из самых ярких примеров является Википедия, где контент создается «армией» обычных пользователей интернета;

- голосование, тестирование

- поиск решения,

- поиск людей – например, российский проект Liza Alert, который специализируется на поиске пропавших детей;

- сбор информации, мониторинг общественного мнения;

- сбор средств – краудфандинг.[1]

К положительным характеристикам краудсорсинга специалисты

[1] Журнал «Стратегии» http://www.strategy.com.

относят:

- Огромные масштабы. Доступ к достижению результата труда практически не ограниченной аудитории позволяет быстро создавать глобальный продукт.

- Вовлечение пользователей. Это один из ключевых моментов технологии краудсорсинга. В ситуации, когда человек берется выполнять задание, обменивается идеями, обсуждает результаты работы, рассказывает о проекте своим друзьям, он более сильно мотивирован и ценен для компании.

- Многочисленность вариантов и разнообразие выбора. Заказчик получает в свое распоряжение сотни и может быть тысячи вариантов решения конкретной задачи, среди которых он с гораздо большей вероятностью найдет наиболее рациональный.

- Бонусный эффект аутсорсинга – возможность извлечь дополнительную прибыль за счет использования удаленной дешевой рабочей силы.

Фиксированные сроки. Большинство проектов имеет жестко ограниченные сроки, в рамки которых участники должны уложиться.

С ростом популярности различных видов краудсорсинга стали очевидны и его недочеты, такие как:

- бесполезный "шум" идей, генерируемый пользователями;

- нет гарантий, что среди разработчиков не будет хакеров, и что созданные приложения будут безопасными;

-низкий уровень исполнителей, снижение качества конечного продукта;

- «Эффект Матфея», в соответствии с которым популярные и простые идеи побеждают не популярные и сложные.

На территории Российской Федерации краудсорсинг тоже стал использоваться в различных сферах. Основоположниками как бизнес, так и политического краудсорсинга можно назвать компанию Witology (Витология). Она успешно провела краудсорсинговые проекты - Сбербанк 21, Очередей.Нет!, проекты для АСИ, РОСАТОМа и другие. Witology является основателем разработок краудсорсинговых решений для крупного и среднего бизнеса.

Основателем социального Краудсорсинга является Григорий Асмолов, создатель таких проектов, как: "Карта помощи", "Виртуальная рында". Он направляет свои усилия на создание и развитие социально значимых проектов.

Креативный краудсорсинг, который ставит своей целью создание контента в любой форме, представлен платформой Citycelebrity.ru, возглавляемой Константином Гараниным. Компанией проведено более

500 успешных проектов. Основной вектор направлен на малый и средний бизнес. Отличительной чертой является вовлечение пользователей в проект путем нематериальной мотивации.

Линию креативного Краудсорсинга, связанную исключительно с дизайном, продолжают платформы Godesigner.ru и Workdone.ru. Первая вышла раньше и на ней почти каждый день запускают новые проекты. Вторая более молодая, развивается не так динамично. Обе платформы работают с использованием финансового вознаграждения победителя каждого проекта.

Завершает пока немногочисленную совокупность российских краудсорсинговых платформ новый игрок: Millionagents.com. Он предлагает бизнесу проводить полевые маркетинговые исследования с применением технологий краудсорсинга. Речь идет о сборе данных для ритейловых компаний (товарный аудит, контроль рекламных материалов и другие)[1].

Таким образом, бизнес более активно стал стремиться к применению краудсорсинга, обращает внимание на конкретные результаты, которые он дает. Маркетинговые бюджеты, выделяемые на краудорсинг, постепенно растут, что будет способствовать увеличению количества платформ в России, а значит, приведет к улучшению качества решения задач в проектах и к появлению новых форм краудсорсинга.

Селиванова Т.В
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Гурина М.А.

МЕЖФИРМЕННАЯ МОБИЛЬНОСТЬ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ: ПРИЧИНЫ И НАПРАВЛЕНИЯ

Важным фактором, отражающим состояние занятости всех социально-демографических групп населения, является степень его мобильности, которая отражает готовность и возможность населения менять статус, профессиональную принадлежность и место проживания.

Проблема рационального размещения трудовых ресурсов является в настоящий момент одной из наиболее актуальных для экономики России, поскольку ее решение предопределяет дальнейшую траекторию развития страны, задает темпы и ограничения экономического роста. В этой связи самого пристального внимания заслужи-

[1] Портал крауд-сервисов [Электронный ресурс] //http://crowdsourcing.ru

вает трудовая мобильность — один из элементов рыночного механизма, способствующий повышению эффективности распределения работников между различными секторами, отраслями экономики, а также предприятиями.

Межфирменная мобильность связана с переходом из одной организации в другую. Увольнения могут быть как добровольными (по инициативе работников), так и вынужденными (по инициативе администрации). Для той и другой стороны увольнение связано не только с ожидаемыми выгодами, но и с определенными издержками.

Выбор места работы сегодня в гораздо большей степени обусловлен личными потребностями и возможностями работника. Однако выяснение причин, побуждающих людей менять работу, важно и для руководителей предприятий, поскольку позволяет спрогнозировать реакцию работников на изменение параметров их занятости.

Осознание важности изучения роли межфирменной мобильности современного работника позволило сформулировать цель, задачи и предмет нашего исследования. В качестве метода исследования был выбран метод анкетного опроса. Время проведения опроса – март 2016 г. В анкете использовались закрытые и полузакрытые вопросы, включались вопросы о возрасте респондента, поле, семейном положении, о его мнении и оценке данной проблемы. С целью получения наиболее репрезентативных исследований, были опрошены женщины и мужчины различных возрастных категорий

Целью данной работы стало исследование проблем в области межфирменной мобильности, а также факторов и условий, способствующих и препятствующих трудоустройству работников в современных условиях.

Для достижения поставленной цели исследования необходимо было решить следующие задачи:

- выявить проблемы, возникающих в процессе межфирменной мобильности современных работников;

- выявить зависимость между размером предприятия и длительностью отношений занятости;

- выявить группы, для которых характерны более продолжительные трудовые отношения с одним работодателем;

- определить показатели низкой конкурентоспособности женщин на рынке труда в процессе межфирменной мобильности;

- определить характеристики, оказывающие влияние на решение о смене места работы.

Объектом нашего исследования стало трудоспособное население в возрасте от 18 до 72 лет. Выборка составила 80 человек.

Предмет исследования - факторы, влияющие на смену места работы современным работником, а также значимость межфирменной мобильности для современного работника.

В ходе исследования были выдвинуты семь гипотез с помощью которых удалось сформулировать выводы по данной теме и рассмотреть данную проблематику с различных сторон.

Исследование показало, что главной причиной межфирменной мобильности является неудовлетворенность работника заработной платой - 58,8% респондентов придерживаются именно такого мнения.

В ходе опроса было установлено, что более продолжительные отношения занятости возникают в сфере сельского хозяйства и промышленности в сравнении со сферой услуг. Так, по результатам анкетирования средняя продолжительность занятости с одним работником у людей, занятых в сельском хозяйстве составила 16,2 лет; в промышленности – 7,1 лет, а в сфере услуг – 5,4 лет.

В процессе принятия решения о смене места работы, индивид сравнивает потенциальное и имеющееся рабочее место по совокупности их характеристик. Большинство респондентов при смене места работы обращают внимание на условия труда (91,8%), гарантии занятости (63%) и возможности карьерного роста (82,2%).

Также было установлено, что более продолжительные отношения занятости возникают у людей со средним специальным и средним техническим образованием. Что касается влияния семейного положения на данный показатель, то среди семейных и холостых работников средняя продолжительность занятости с одним работником сильно отличается: для семейных работников она составила 11,6 лет, а холостых 4,9 года. Также установлена продолжительная занятость у людей старших возрастных групп.

В ходе исследования была выявлена прямая зависимость между размером предприятия и длительностью отношений занятости: менее стабильными оказались трудовые отношения на небольших по численности занятых предприятиях. Для людей, занятых на малом предприятии средняя продолжительность занятости составила 5,7 лет; на среднем – 10,4 лет; на крупном – 12,5 лет; а на очень крупном – 14 лет.

Большинство женщин испытывали проблемы с трудоустройством из-за гендерного признака. Так, из 48 опрошенных женщин 27 сталкивались с данной проблемой (56,2%). Главными показателями низкой конкурентоспособности на рынке труда большинство считает особые нормативные правовые требования обеспечения женщин до-

полнительными льготами и занятость в семье (наличие маленьких детей).

Для большинства людей в возрасте от 18 до 24 лет (52,2%) смена места работы помогает лучше узнать собственные наклонности, а также быть информированными об имеющихся на рынке труда рабочих местах.

Таким образом, исследование показало, что проблемы межфирменной мобильности в современном обществе стоят наиболее остро. Межфирменная мобильность имеет как свои положительные стороны, так и отрицательные, требующие учета как на уровне кадровой политики предприятия, так и в разрезе национальной экономики для решения проблем рационального размещения или распределения трудовых ресурсов. На основе полученных результатов можно прийти к выводу о том, что материальный фактор является решающим при решении о смене места работы. Другими не менее важными факторами мобильности оказались: условия труда, гарантии занятости и возможности карьерного роста. Также было установлено, что на длительность отношений занятости влияет множество причин: сфера занятости, семейное положение, образование и возраст. На мобильность современных работников, как показало исследование, также влияет размер предприятия и гендерная структура занятых.

Точеная О.Н.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Гурина М.А.

ЦЕННОСТНАЯ КАРТИНА МИРА СОВРЕМЕННОГО РАБОТНИКА

Труд считается необходимым условием для полноценного существования и развития современного общества. В свою очередь, деятельность каждого человека, которая связана с трудом, направлена на создание материальных и духовных ценностей, без которых развитие конкретного человека и общества в целом невозможно. В истории развития человечества содержание и формы труда определяли социально-экономический уровень жизни, и сам труд всегда имел большое значение. Безусловно, что в разные эпохи ценность труда менялась. Дальнейшее развитие процессов глобализации существенно изменили структуру и содержание трудовой деятельности.

В России изменение отношения человека к труду в обществе объясняются политическими, экономическими, культурными преобразованиями, происходящими в обществе. Представление об этих изменениях сегодня имеет значение не только в теоретическом, но и в практическом плане.

Труд как источник удовольствия и средство получения исключительно денежного дохода не несет в себе духовной ценности современному человеку. Упускается возможность развития творческого подхода к работе поиска новых креативных решений и, как следствие, ускорения производственных процессов и повышения трудоспособности сотрудников. Однако, обращение к опыту трудовых отношений в истории нашего государства, разработка программ, направленных на поддержку положительных стереотипов трудового поведения, формирование спроса у молодого поколения на полезные для общества виды труда, целевое финансирование общественно полезных образовательных стандартов позволило бы изменить ситуацию к лучшему. Сегодня необходимо делать акцент на ценности труда, как первоисточнике существования и интересном и содержательном виде деятельности.

Таким образом, источником развития общества в экономическом и социальном разрезе может стать только производительный труд, ценность которого необходимо формировать, в том числе, с помощью идеологических инструментов на государственном уровне.

Осознание ценности труда в современном обществе позволило сформулировать цель, задачи и предмет нашего исследования. В качестве метода исследования был выбран метод анкетного опроса. Время проведения опроса – февраль 2016 г. В анкете использовались закрытые и открытые вопросы, о возрасте респондентов, поле, мнении относительно ценности труда в обществе. С целью получения наиболее репрезентативных исследований, были опрошены женщины и мужчины различных возрастных категорий.

Целью данной работы является рассмотреть труд как человеческую ценность, и определить какое место в жизни человека занимает работа.

Объектом нашего исследования стали люди в возрасте от 14 до 72 лет. Выборка составила 80 человек. Предметом исследования являются отношение людей к труду, факторы, влияющие на причину выбора своего места работы, её значимость, наличия заинтересованности населения в той, или иной трудовой деятельности. В ходе исследования были выдвинуты ряд гипотез с помощью которых удалось сформулировать выводы по данной теме и рассмотреть данную проблематику с различных сторон.

Таким образом, было установлено, что большинство людей в возрасте от 18 до 25 лет имеют привычку к труду с детства, склонны к фи-

зическому труду, трудятся с удовольствием, не отказываются от безвозмездного общественного труда (69,4%).

Основными критериями выбора места работы для большинства людей являются высокая заработная плата (65,3%), интересная работа (59,2%) и перспективы карьерного роста (55,1 %), а выбор сферы занятости определяется состоянием и перспективами развития, причем наиболее сильно эти тенденции характерны для мужчин от 18 до 25 лет.

Для большинства женщин наиболее важным фактором является интересная работа (65,3% опрошенных).

Мужчины в возрасте от 18-25 лет предпочитают работать в той отрасли (сфере), которая им действительно интересна, нежели в той отрасли (сфере), которая является наиболее развитой, перспективной. Так ответили 85,7 % опрошенных респондентов.

Для большинства людей порядок приоритетов, в оценке работы следующий: 1) работа как главный источник дохода; 2) работа - способ повысить свой социальный статус, самооценку 3) работа как способ самовыражения.

Таким образом, в современном обществе понятие труд как ценность потерял своё значение. Труд рассматривается как главный источник дохода, средство получения исключительно прибыли, и не несет в себе духовной ценности современному человеку. При этом упускается возможность развития творческого подхода к работе поиска и, как следствие, ускорения производственных процессов и повышения трудоспособности сотрудников.

Тихонова Ю. Д.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Аксенова М.А

МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Принятие управленческих решений – один из самых важных видов деятельности, осуществляемой менеджерами и представляющей собой акт окончательного поиска одного из множества вариантов действий, при помощи которых достигаются конкретные цели организации. Необходимость принятия решений обусловлена тем, что организации, находясь под влиянием всевозможных изменений внешней среды , как глобальных, так и второстепенных, вынуждены приспосабливаться к новым созданным условиям с помощью обратных связей, представляющих собой информации о состоянии объекта управления, называемых проблемой. Успешность функционирования

управления зависит не только от применения многих факторов в комплексе, но и, конечно же, немаловажное место тут занимает и сама процедура принимаемых решений , а так же их практического воплощения в жизнь. Для того чтобы принятое управленческое решение оказалось наиболее эффективными и принесло желаемый результат, необходимо соблюдать определенные методологические основы, представляющие собой логическую организацию деятельности по разработке управленческого решения, включающую в себя постановку цели управления, поиск методов разработки решений, критериев оценки вариантов, а так же ,несомненно ,составление логических схем осуществления операций не только в теоретическом аспекте , но и в практическом .Сюда можно так же отнести и способы анализа, обработку информации, выбор вариантов действий.

Предлагаю рассмотреть инструментарий и понятийный аппарат менеджера, включающий в себя:

1) Декомпозиция. Проблема представляется как совокупность простейших вопросов;

2) Диагностика. Осуществляется поиск в проблеме наиболее важных деталей, которые будут решаться в первую очередь . Используется при ограниченных ресурсах;

3) Экспертные оценки. Происходит формирование, рассмотрение и оценка идей;

4) Метод неспециалиста, заключающийся в решение вопросов лицами, никогда, как правило, не занимавшихся данной проблемой, но являющихся специалистами в смежных областях;

5) Метод теории игр. Задачи решаются в условиях полной неопределенности;

6) Метод аналогий. Осуществляется поиск возможных решений проблем на основе заимствования из других объектов управления.

Для того чтобы управленческое решение было действенным и эффективным, важно умение очень точно и правильно сочетать методологические основы. В обязанности каждого менеджера входит умение хорошо разбираться не только в понятийном аппарате, но и достаточно квалифицированно при этом применять на практике: методологию управленческого решения; методы разработки управленческих решений; организацию разработки управленческого решения; оценку качества управленческих решений.

[1]Методология управленческого решения – грамотно построенная организация деятельности по разработке управленческого решения, включающая в себя постановку цели управления, выбор методов разработки решений, критериев оценки вариантов, составление логических схем выполнения операций.

Методы разработки управленческих решений включают в себя способы и приемы выполнения определенных операций для разработки управленческих решений. К ним можно отнести : способы анализа, обработки информации, выбора вариантов действий . Методы —это конкретные способы, помогающие решить ту или иную проблему.

Процесс принятия управленческого решения является довольно сложной , многофункциональной процедурой, включающей в себя множество стадий. Для того чтобы лучше разобраться в технологии принятия управленческого решения, предлагаю рассмотреть современную сложившуюся ситуацию в России. Культуре и специфике принятия решений в России способствовала чреда определенных факторов. К внешним факторам можно отнести отсутствие ясного и точного прогноза развития страны и довольно неопределенную общую политику государства по отношению к бизнесу. Все перечисленные факторы являются важными , так сдерживают бизнес . Кроме того, российское управление имеет достаточно много особенностей, обусловленных отечественной культурой. Одной из специфических черт общей культуры Востока является доминирующая роль интуиции в творческой деятельности (а принятие решения — акт творчества), на Западе же в этом доминирует логика. Россия занимала и занимает по –прежнему промежуточное положение между Востоком и Западом, как в географическом, так и в общекультурном отношении. Но в таком аспекте творческой деятельности, как принятие решений, российская культурная традиция несет гораздо меньше логики, чем интуиции. Отсюда в России абсолютно отсутствует привычное для Запада планирование карьеры и будущего.Это не просто механические шаги — это описание таких действий по отношению к организации, позволивших бы реализовать все намеченные цели.

Второй особенностью является отличие Российско-советской ментальности о легковесным отношением к интеллектуальной деятельности, которая связана с принятием решений (к примеру , в управлении или политике). Считается, что именно эта деятельность не требует серьезного профессионализма. И наконец, третья осо-

[1] Эддоус М., Стэнсфилд Р. Методы принятия решений/ Пер. с англ. под ред. член-корр. РАН И.И. Елисеевой. М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997. 590 с.

бенность заключается в следующем : Социальные условия, установившиеся в России с ноября 1917г. довольно пагубно (порой вплоть до физического уничтожения или изгнания за рубеж) действовали на нонконформистских поборников рационализма в культуре поведения вообще и культуре принятия решений в частности. В связи с этим число рационалистов неуклонно сокращалось, что привело к ускорению губительного процесса, т.к. уменьшались возможности преемственности, играющей громадную роль в культурном становлении. Все вышеперечисленные причины действовали в комплексе более семидесяти лет, вызывая определенные отклонения от типа рациональности, который необходим для успешного функционирования в рыночном обществе. Очень важно осознавать и понимать ход и результаты экономической, политической, социальной и т.п. деятельности .Ведь они в большой мере определяются качеством решений, принимаемых в экономике, политике, социальной и тому подобных сферах. Именно поэтому в данных областях эффективная деятельность маловероятна, пока культура принятия решений несет в себе значительную нерациональность.

Таким образом , проанализировав все вышесказанное , можно прийти к выводу о том, что разработка и принятие решения – это и есть выбор из нескольких возможных решений данной проблемы. Варианты принимаемых решений могут быть реальными, оптимистическими и пессимистическими.

Ханеня Д.Ю.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Гурина М.А.

ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЁННОСТИ РАБОТНИКОВ УСЛОВИЯМИ ТРУДА НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В современных, динамично изменяющихся условиях персонал является ключевым активом организации, обеспечивающим ее конкурентоспособность и устойчивое развитие. Понимание и удовлетворение текущих и будущих ожиданий и потребностей работников является залогом долгосрочного успеха и процветания организации.

Подтверждения данного факта встречаются в международных стандартах качества ISO серии 9000:2015, а также в российских стандартах – например, ГОСТ Р ИСО 9004-2010 «Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности».

Персонал, оказывающий услуги или включенный в процесс производства, является одной из главных сторон, заинтересованных в эффективной деятельности компании наряду с ее клиентами. Таким образом, в целях дальнейшего совершенствования организации необходимо изучение мнения персонала о работе, в том числе об условиях труда на рабочем месте.

Следует отметить, что в последние годы коммерческие структуры обращают повышенное внимание на оценку удовлетворенности клиентов. Интерес к этой проблеме связан с формированием в данных структурах клиент-ориентированного подхода и созданием системы менеджмента качества, являющейся непременным атрибутом повышения конкурентоспособности компании[1].

В то же время внимание оценке удовлетворенности персонала уделяется недостаточно. Между тем актуальность и важность решения указанной проблемы обусловлена целым рядом факторов. Вот некоторые из них.

Учет в рамках управления персоналом потребностей и ожиданий своих работников в признании их деятельности, удовлетворенности работой, а также в их развитии способствует обеспечению обеспечить наиболее сильной их мотивации, а, следовательно, удержанию квалифицированных сотрудников и привлечению новых. Высокая удовлетворенность персонала позволяет организации не только снизить текучесть кадров, но также противостоять проблеме дефицита трудовых ресурсов, которая на сегодняшний день особенно остро проявляется в отношении нашего исследования - дать оценку степени удовлетворенности условиями труда работников предприятий г. Липецка, а также провести анализ факторов, способствующих и препятствующих успешной деятельности работников в современных условиях.

Объектом исследования стали работники предприятия г. Липецка, а именно служащие федеральной сети магазинов автозапчастей «БИ-БИ», а также работники Липецкой области, опрошенные в сети Интернет и лично. Выборка составила 57 человек.

Предмет исследования - совокупность факторов, влияющих на общую удовлетворённость условиями труда современными работниками.

В ходе исследования были выдвинуты пять гипотез с помощью которых удалось сформулировать выводы по данной теме и рассмотреть данную проблематику с различных сторон.

---

[1] Адамчук В.В., Ромашов О.В., Сорокина М.Е. Экономика и социология труда: Учебник для вузов. М.: ЮНИТИ. 2010. С.157.

В результате опроса было выявлено, что современные работники и руководители считают, что необходимым условием продуктивной и успешной работы в организации является возможность постоянно учиться и повышать свою квалификацию. 100% опрошенных согласны с утверждением о том, что современная компания должна предоставлять своим работникам возможность посещать тренинги и курсы повышения квалификации; это способствует увеличению производительности труда служащих, а также заинтересованности в нём. Также 53% респондентов отметили, что в их организации проводятся курсы повышения квалификации.

Большинство опрошенных выбрали ключевыми составляющими условий труда на предприятиях заработную плату, возможность карьерного роста и высокотехнологическое оборудование. Такие ответы выбирали люди с высшим и средним специальным образованием, а также по половому признаку - мужчины. Для женщин на первом месте среди условий труда - дружелюбная атмосфера, далее следуют заработная плата и свободный рабочий график.

Большинство работников в течение недели действительно испытывают стресс и перегрузку из-за слишком большой трудовой нагрузки и ограничения времени на выполнение поставленных задач, Наибольшую неудовлетворенность вызывают такие факторы как заработная плата и режим работы.

По данных проведённого исследования было выявлено, что 50% современных работников после 40 лет не собираются менять место работы, и не нуждаются в поиске дополнительных источников дохода. Это объясняется тем, что люди зрелого возраста уже состоялись как профессионалы, заняли определенную карьерную позицию, привыкли к коллективу.

Исследование показало, что большинство респондентов (51%) не часто сталкиваются с несчастными случаями на своих предприятиях. Однако треть опрошенных отметила, что на их предприятиях несчастные случаи являются обыденностью. 19% опрошенных сказали, что на их предприятиях непредвиденные ситуации случаются очень редко.

Далее выяснялись причины и меры по устранению таковых ситуаций. По мнению большинства работников, причинами несчастных случаев являются не соблюдение техники безопасности самим работником и старое оборудование. Среди мер, которые позволили бы устранить таковые случаи, они посчитали нужным выделить - улучшение условий труда, современное оборудование рабочих мест, а также аттестацию работников и повышение их квалификации.

Таким образом, исследование показало, что условия труда достаточно сильно влияют на эмоциональную и физическую устойчивость современного работника. На основе полученных результатов можно прийти к выводу о том, что выгодные условия труда являются неотъемлемой частью существования процветающего предприятия. Современные работники должны проходить регулярные курсы повышения квалификации, чтобы в дальнейшем это позволило качественно и профессионально выполнять свои функции и обеспечивать высокую производительность труда в организации. Исследование показало, что независимо от образования и пола занятых, ключевыми составляющими условий труда на предприятиях являются заработная плата и высокотехнологическое оборудование. В ходе исследования также выяснилось, что современные работники иногда испытывают стресс и причиной является слишком большая трудовая нагрузка. В сложной социально-экономической ситуации, которая складывается на современном рынке труда, это является объяснимой ситуацией, однако, постоянные чрезмерные психофизические нагрузки в конечном счете приводят к необратимым процессам в организме работников предприятий.

Оценка результатов проведенного социологического исследования показала, что в целом уровень удовлетворенности трудом работников рассматриваемых предприятий является невысоким и свидетельствует о наличии недостатков в кадровой политики, что требует совершенствования процессов в области организации техники безопасности и технологической оснащенности рабочих мест.

Чернавина Ю.И.
Россия, Липецкий филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Гурина М.А.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДОЛГОСРОЧНОЙ ЗАНЯТОСТИ РАБОТНИКОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Долгосрочная занятость в организации является привлекательным не только для успешной организации, но и для работника. После нескольких лет работы в одной и той же компании, человек становится профессионалом в своей области; работнику уже не угрожает сокращение штата или увольнение по инициативе работодателя в связи с утратой доверия. Однако в условиях мобильности молодых сотрудников, которые только начинают строить свою карьеру, долгосрочная занятость не всегда является объектом интереса. Молодые работники предпочитают возможность получения высокого уровня доходов и

сопряженный с этим риск потери и поиска новых мест работы. Учитывая актуальность и неоднозначное отношение экономически активного населения к вопросу долгосрочной занятости в организации, данная проблема была выбрана в качестве предмета исследования в рамках изучения социально-трудовых отношений на предприятии.

Осознание важности изучения двустороннего взаимодействия организации и работника в современном обществе позволило сформулировать цели, задачи и предмет исследования. В качестве метода исследования был выбран метод анкетирования. С целью получения наиболее репрезентативных исследований, были опрошены работники некоторых отделов таких организаций как ООО «ВДПО» (Всероссийское добровольное пожарное общество) и ООО «Истоки», женского и мужского пола, различных возрастных категорий.

Целью данной работы стало выявление отношения современных работников к долгосрочной занятости на предприятии, оценка её преимуществ и недостатков.

Объектом исследования стали люди в возрасте от 18 до 55 лет. Выборка составила 60 человек. Предмет исследования - отношение работников и работодателей к долгосрочной занятости в организации.

В ходе исследования были выдвинуты семь гипотез, с помощью которых удалось сформулировать выводы по данной теме и рассмотреть данную проблематику с различных сторон.

Больше половины работников предприятий считают, что необходимо менять место работы с периодичностью в 2 – 4 года. Однако не менее 40% респондентов предпочитают меньшую трудовую мобильность. Все опрошенные руководители считают частую смену работы негативным фактором. В этом мы находим подтверждение тому факту, что стабильность коллектива в течении долгого времени рассматривается со стороны руководства и работников как положительный фактор.

Большинство специалистов в возрасте 36-45 лет при стаже работы больше 6 лет не меняли и не имеют желания сменить работу. Из 27 опрошенных специалистов 15 человек (55,6 %) входят в возрастную категорию от 36 до 45 лет и только три человека (20%) из этого числа имеют стаж работы в данной организации более 6 лет, но все 15 специалистов данной возрастной группы не желают в данный момент менять место работы.

Рабочие и обслуживающий персонал предприятия со средним специальным образованием не считают частую смену работы негативным фактором, в то время как руководители и специалисты с ними не согласны. Таким образом, более мобильной группой являются занятые

со средним образованием в сравнении с категорией более образованных работников коллектива.

Женщины более склонны к долгосрочной занятости и оценивают частую смену работы негативно. Среди 27 женщин, принявших участие в анкетировании, только 7 человек (26%) придерживаются мнения о том, что в частой смене работы нет ничего негативного. Но при этом 18% женщин намерены сменить работу, и связывают свое желание с отсутствием пенсионных по месту их основной занятости.

В последнем вопросе анкеты респондентам предлагалось ответить на вопрос «Хотели бы Вы проработать в одной организации, если будут соблюдены благоприятные условия занятости, оплаты, карьерного роста, долгое время: более 10-15 лет?». Большинство опрошенных (80% - 49 человек) ответило на этот вопрос положительно.

Таким образом, исследование показало, что современные работники готовы к долгосрочной занятости в организации при соблюдении благоприятных условий занятости. Для руководителей успешных организаций будет преимуществом, если работник не торопится менять работу, ведь долгосрочная занятость в организации создает успешный образ работника: человек, который долго работает на одном месте, более предсказуем, надежен и ответственен. Исследование также показало, что чаще всего не отказывают себе в творческом поиске молодые люди в возрасте от 18 до 25 лет. В послужном списке старшего поколения (36-55 лет) не более 4-5 смен рабочих мест. Успешная организация стремится обеспечить долгосрочную занятость своим работникам, так как этот фактор создает позитивный HR-имидж организации, а это, в свою очередь, привлекает в штат компании лучших из лучших специалистов.

Шевченко И.А.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Суханов Е.В.

РОЛЬ ФИНАНСОВЫХ СЛУЖБ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

В рыночных условиях эффективность деятельности предприятия зависит, прежде всего, от качества работы финансовой службы. В большинстве случаев банкротство компании происходит из-за неправильного ценообразования, расточительного расходования средств, неконтролируемого роста кредиторской задолженности, недостатка оборотных средств и т.д. Правильная постановка деятельности финан-

совой службы позволяет изначально уберечь компанию от таких проблем.

Своеобразным предметом труда финансово-экономической службы являются деньги и денежные потоки, возникающие внутри самого предприятия и за его пределами, связывающие его с другими предприятиями, кредитно-банковской системой, хозяйствующими субъектами, находящимися в объединении. Для управления финансами предприятий используется финансовый механизм — система управления финансовыми ресурсами с целью эффективного воздействия на конечные результаты производства.

Главная цель финансовой службы — наиболее полная реализация функций финансов путем укрепления финансового положения предприятия за счет повышения его рентабельности, прибыли, роста производительности труда, снижения затрат, повышения качества продукции и внедрения новых передовых технологий и достижений науки

Основное содержание финансовой работы заключается:

а) в обеспечении финансовыми ресурсами хозяйственной деятельности организации и эффективном использовании их для реализации поставленных целей;

б) в организации взаимоотношений с финансово-кредитной системой и другими хозяйствующими субъектами;

в) в сохранении и рациональном использовании основного и оборотного капитала[1].

Не вызывает сомнений тот факт, что роль финансовой службы возросла и усиливается с развитием рыночных отношений в России. В настоящее время необходимы финансовые отделы, в обязанность которых вменяются задачи формирования рациональной структуры капитала, оценки обеспеченности предприятия оборотными средствами, управления денежными потоками, проведения финансового анализа, поиска источников финансирования и др.

После проведенного анализа финансовых служб ЗАО «Воронежстальмост» было выявлено, что на данном заводе нет самостоятельного финансового отдела. Его функции выполняет финансовая группа в составе бухгалтерии. При этом в составе бухгалтерии нет аналитической службы, которая проводила бы оценку текущего финансово-экономического состояния предприятия, источников финан-

[1] Поляк Г.Б. Финансовый менеджмент: учебник для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. С. 85.

сирования, инвестиционных потоков. Такая служба отсутствует и в структуре планово-экономического отдела.

Прогнозирование финансово-экономического состояния предприятия, операционный анализ его производственной деятельности отсутствуют. Оценка экономического состояния проводится по фактическим данным, когда повлиять на них уже нельзя.

Задачи финансовых служб сложны по содержанию, а поэтому требуют высокой квалификации персонала финансового отдела. Например, оценка инвестиционных проектов требует высокого уровня знаний финансового менеджмента, бухгалтерского учета, планирования производства, обоснования затрат, владения методиками анализа и расчета денежных потоков.[1]

Именно поэтому столь важно иметь отдельную специализирующуюся на управлении финансами службу. Некое подобие такой службы в составе бухгалтерии, как это имеет место на предложенном предприятий, в настоящее время уже недопустимо.

Выводом о проделанной работе послужило то, что предприятие ЗАО «Воронежстальмост» для улучшения эффективности своего производства нуждается в большем числе специалистов по финансовому менеджменту, чем у него имеется на данный момент. Заводу необходимо пересмотреть свою организационную структуру финансово-экономической деятельности.

Шумик А.Р.
Россия, Липецкий Филиал РАНХиГС
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Шурупова А.С.

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.

Корпоративная культура – это набор ценностей и убеждений, разделяемых членами организации и задающих им ориентиры действий и поведения. Она состоит из идей, взглядов, основополагающих ценностей, которых придерживаются члены организации. Создает корпоративную культуру, как правило, формальный лидер (руководитель компании), но ее выразителем в любом случае является весь персонал. Организаторами работы по формированию и развитию корпоративной культуры становятся PR-специалисты и специалисты по управлению

[1] Фролова В.Б. Финансовый менеджмент: понятийный аппарат. // Экономика. Налоги. Право.2011. №5. С.72.

персоналом.

Корпоративная культура- одно из самых действенных средств для мотивации и привлечения сотрудников. Как только человеком удовлетворены потребности первого уровня (материальные), тогда человек нуждается том, чтобы получить признание в коллективе, занять достойное положение, самореализоваться, принять общность ценностей. И тогда на первое место выходит корпоративная культура, одной из важнейших ценностей которой является поддержка каждого члена организации, раскрытие его потенциала, возможностей, талантов[1].

Одним из элементов корпоративной культуры является отношение к новичкам, их адаптация, так как внедрение в незнакомую культурную среду является непростым и порой болезненным процессом. Адаптация к корпоративной культуре – один из сложных моментов во время прихода на новое место работы. В некоторых компаниях специально проводятся тренинги и мероприятия, помогающие адаптироваться новичкам.

Особенности корпоративной культуры зачастую определяются сферой деятельности. В финансовой сфере она более строга, определенна, поведение сотрудников четко расписано, стиль общения – более формальный. Корпоративная культура в сфере продаж – весьма разнообразна, она менее определенна, допускает больше вариаций в поведении, стиль общения менее формален, более демократичен; приветствуется энергичность, общительность.

Формирование корпоративной культуры любой организации происходит в условиях конкретной социальной и производственной среды, которые предъявляют к ней определенные требования. Функционирование организации не может быть успешным, не учитывая внешнее окружение при формировании собственной организационной культуры, так как являясь открытой системой, она зависит от влияния внешних факторов и должна под них подстраиваться[2].

Для организации важно построить культуру так, чтобы она была привлекательная для клиента. Клиент имеет дело с персоналом и по нему судит о поведении организации. Корпоративная культура должна учитывать факторы прямого и косвенного воздействия, внешнюю адаптацию и внутреннюю организацию, которые находят отражение при формировании миссии, философии организации, системы ценно-

[1] Алешина И.В. Паблик рилейшинз для менеджеров. М.:Знание, 2012. С. 152

[2] Мескон М., Альберти М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, 2000, С.117.

стей и делового кредо.

Важным этапом в формировании корпоративной культуры является символический подход – лаконичная форма проявления наиболее сильных и значимых сторон, включающий в себя обряды, символы, мифы, легенды, логотипы, героических личностей организации.

Миссия организации – это ее социальное предназначение, т.е то что ожидает общество от функционирования данной компании. Хорошо сформулированная миссия, которую разделяют сотрудники компании, способствует повышению мотивации и приверженности персонала и совершенствованию взаимодействию между руководителями и подчиненными на разных уровнях; побуждает руководство производить всесторонний анализ слабых и сильных сторон организации и конкурентов, определяя возможности и угрозы, тем самым повышая эффективность своей деятельности; формирует благоприятный имидж в глазах клиентов, поставщиков, деловых партнеров и инвесторов.

Поэтому выбор правильных приоритетов, зафиксированных в миссии, чрезвычайно важен для любой организации. Корпоративная культура играет одну из главных ролей в системе управления человеческими ресурсами компании. Задача управления человеческими ресурсами заключается в необходимости обеспечить максимальное соответствие организационного поведения персонала миссии компании и стратегии ее социально- экономического развития.

Юлинская В.А.
Россия, г. Воронеж, ВГУ
Научный руководитель: канд. экон. наук, доц. Родин О.А.

КОРПОРАТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ РАБОТНИКОВ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Современная рыночная экономика представляет собой сложнейшую систему, состоящую из огромного количества составляющих. Конкуренция является одной из важнейших составляющих, так как затрагивает все сферы экономики и рынки, в том числе и рынок человеческих ресурсов.

В нынешних условиях быстрого устаревания профессиональных навыков способность компании постоянно повышать квалификацию своих сотрудников является одним из важнейших факторов успеха. Управление профессиональным развитием превратилось в последние два десятилетия в ключевой элемент управления современной организацией. Формами профессионального развития явля-

ются планирование и развитие карьеры, подготовка резерва руководителей, профессиональное обучение.

Многие руководители компаний понимают, что для эффективной реализации тактических задач необходимо правильно использовать человеческие ресурсы своей компании. Управление человеческими ресурсами - важная составляющая часть практики руководства персоналом. Корпоративное обучение сотрудников подразумевает обеспечение персонала компании знаниями, навыками и опытом, необходимыми для эффективной реализации тактических задач и стратегических целей компании.

Цикл профессионального обучения начинается с определения потребностей, которое состоит в выявлении несоответствия между требуемыми и существующими компетенциями сотрудников и компании. Поскольку затраты на профессиональное обучение рассматриваются как капиталовложения в квалификацию сотрудников, компания ожидает от них отдачи в виде повышения эффективности ее деятельности. Разработка и реализация программ профессионального обучения может осуществляться как самой компанией, так и специализированными компаниями, в каждой конкретной ситуации выбор определяется анализом преимуществ и недостатков каждого варианта. Выбор конкретных методов обучения определяется стоящими перед программой целями, характеристиками обучающихся и находящихся в распоряжении компании ресурсами.

Интересен тот факт, что в нашей стране корпоративное обучение сотрудников стало активно развиваться только в последние годы, несмотря на то, что на Западе оно активно ведется уже с 1990-х годов. Однако, следует отметить, если на Западе к обучению персонала относятся как к способу инвестирования в персонал, то в нашей стране это является лишь способом наделения сотрудников необходимыми навыками и знаниями. Это приводит к тому, что персонал обучается «слоями», то есть развиваются только те сотрудники, которые нуждаются в получении новой информации. Что касается Запада, то там, в компаниях сотрудники проходят обучение для поддержания и развития уже имеющихся навыков и эта статья расходов является обязательной для многих организаций.

Ранее управленцы российских компаний предпочитали обучать своих сотрудников «на стороне», т.е. посредством вузов и тренинговых компаний, сейчас же активно пропагандируется создание систем внутрифирменного обучения.

Внутрифирменное обучение обладает многими преимуществами.

Во-первых, корпоративная программа разрабатывается в этом случае именно для сотрудников этой компании с учетом системы материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, которые отличают данную компанию от других и отражают ее индивидуальность. Данный факт непременно является преимуществом, потому что подобная разработанная программа учитывает стратегические и тактические цели именно этой компании. Такая программа будет создаваться и впоследствии реализовываться согласно интересам и запросам бизнеса в целом, а также отдельных подразделений компании.

Во-вторых, сам процесс обучения способен решить многие задачи командообразования. Безусловно, в процессе внутрифирменного обучения, сотрудникам придется взаимодействовать друг с другом, общаться, а также самовыражаться. Это позволит им лучше узнать друг друга, что повлечет за собой повышение уровня доверия между собой. Впоследствии повысится моральный дух коллектива, произойдет оптимизация личного потенциала каждого в интересах всей команды, а также нивелирование дисбаланса в отношениях внутри команды.

В-третьих, в результате корпоративного обучения внутри компании сформируется единое информационное поле, которое может «перерасти» в свою собственную организационную культуру.

Следует отметить, что полученные знания должны быть обязательно применены на практике. Так как прохождение обучения, чтение специальной литературы дает результат лишь в том случае, если имеет практическую пользу. Ведь после прохождения обучения всегда возникнет ряд вопросов: как распорядиться новыми знаниями с большей пользой; насколько обучение позволит увеличить производительность труда структурного подразделения и компании, в целом; можно ли будет получить результат уже сегодня или, возможно, результаты обучения будут продемонстрированы позже.

В заключение хотелось бы сказать, что в современную постиндустриальную эпоху знания и образование стали основой экономики. Самыми ценными качествами для сотрудника являются: уровень образования и обучаемости, профессионализм, творческий подход, степень владения иностранными языками.

Необходимо отметить и то, что главным интенсивным фактором развития постиндустриального общества является человеческий капитал - профессионалы, высокообразованные люди, наука и знания во всех сферах экономической деятельности. Именно поэтому и сотруд-

ники компании, и менеджеры должны понимать, что знания являются главным и мощнейшим «оружием» в борьбе за конкуренцию.

Важным фактором обучения сотрудников является и то, что в сам процесс обучения должны быть заложены человеческие эмоции, внутренняя культура. Кроме этого, надо понимать, что при наличии ресурсов у компании к каждому сотруднику в процессе обучения должен быть персональный подход с учетом психоэмоциональных факторов.

Сам же процесс обучения персонала нельзя рассматривать как деятельность, которая имеет лишь вспомогательное значение для эффективной деятельности компании, поскольку определяющим условием экономического развития компании является ее способность быстро адаптироваться к внешним и внутренним переменам, а система корпоративного обучения служит именно этим целям.

Следует понимать, что такая позиция бизнеса в отношении корпоративного обучения работников должна стать фундаментом для современных российских компаний.

Наука и искусство управления:

Материалы III Международного конкурса студенческих научных работ

(25 мая 2016 года, г. Липецк).

Под общей ред. канд. юрид. наук, доцента А.Д. Моисеева

канд. экон. наук, доцента М.А. Гуриной

Техническая редакция М.Давыдовой

Подписано в печать 16.05.2016 г.
Формат 60*84 1/16.
Усл.-печ. л. 9,625. Тираж 40 экз.

Отпечатано в типографии ООО «Гравис»

г. Липецк, ул. Гагарина, 117а

www.gravis-book.ru