

ТРУДЫ БРАТСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА



**СЕРИЯ:
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ**

2017

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Братский государственный университет»

ТРУДЫ

БРАТСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Серия

Экономика и управление

Братск

Издательство Братского государственного университета

2017

ББК-72

Труды Братского государственного университета: Серия: Экономика и управление. – Братск: Изд-во БрГУ, 2017. – 172 с.

Доклады и сообщения отражают основные результаты научно-исследовательской деятельности научно-педагогических работников, аспирантов, магистрантов и студентов университета, а также сотрудников научных и образовательных учреждений и производственных организаций, осуществляющих фундаментальные и прикладные исследования, направленные на решение социально-экономических задач развития регионов Сибири. Материалы сборника трудов подготовлены на основе докладов VI I I (X I I I) Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы управления социально-экономическим развитием регионов Сибири».

Главный редактор

Белокобыльский С.В., д-р техн. наук, профессор

Зам. главного редактора

Огар П.М., д-р техн. наук, профессор

Редакционная коллегия:

Сапожников А.А., д-р экон. наук, канд. техн. наук, профессор

Черутова М.И., канд. экон. наук, профессор

Луковникова Е.И., канд. экон. наук, доцент

Клейменова Л.В., канд. экон. наук, доцент

ПРОБЛЕМЫ РЕГИОНАЛЬНОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ РЕФОРМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ

УДК 352

Основные направления реализации государственной региональной политики на муниципальном уровне

А.А.Сапожников, Ю.А.Касиненко

Братский государственный университет, ул.Макаренко 40, Братск, Россия
gmu.brstu.ru

Ключевые слова. Государственная региональная политика, муниципальные образования, органы местного самоуправления, приоритетные задачи, двухуровневая система задач, участие органов местного самоуправления, муниципальное целевое программное бюджетирование.

В статье, в рамках реализации Основ государственной политики регионального развития на муниципальном уровне, рассматривается разработанная авторами двухуровневая система задач участия органов местного самоуправления в их реализации, которая может включена в стратегии социально-экономического развития конкретных муниципальных образований и другие документы муниципального целевого программного бюджетирования.

Основы государственной региональной политики. В январе 2017 года Указом Президента Российской Федерации были утверждены Основы государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года [1]. Одновременно утратил силу Указ Президента Российской Федерации 1996 года «Об Основных положениях региональной политики в Российской Федерации» [2]. В июне 2017 распоряжением Правительства Российской Федерации был утвержден План мероприятий по реализации Основ государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года [3].

Современные основы государственной региональной политики имеют ряд принципиальных особенностей, в числе которых следует отметить, соответствие требованиям Федерального закона «О стратегическом планировании в Российской Федерации» [4], включение самостоятельного уровня регионального развития Федеральных округов и, что самое главное, – содержание прямых указаний на непосредственное участие в реализации региональной политики органов местного самоуправления.

Ранее подобные программные документы регламентировали исключительно деятельность органов власти федерального и субфедерального уровней. В связи с этим, представляется важным систематизировать требования к деятельности органов местного самоуправления, на основе которых впоследствии могут быть разработаны стратегии социально-экономического развития муниципальных образований и планы действий органов местного самоуправления по их реализации в условиях конкретных муниципальных образований с учетом их особенностей.

Современная государственная политика регионального развития рассматривается как «система приоритетов, целей, задач, мер и действий федеральных органов государственной власти по политическому и социально-экономическому развитию субъектов Российской Федерации и муниципальных образований» [1]. Целями современной государственной политики регионального развития являются, в частности, «повышение качества жизни населения, обеспечение устойчивого экономического роста и научно-технологического развития регио-

нов, повышение конкурентоспособности экономики Российской Федерации на мировых рынках на основе сбалансированного и устойчивого социально-экономического развития субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, а также максимального привлечения населения к решению региональных и местных задач» [1].

Для достижения целей государственной политики регионального развития страны в [1] определены пять блоков приоритетных задач и средств (механизмов) их решения. Анализ содержания формулировок задач и расшифровок средств решения позволяет построить двухуровневую систему задач участия органов местного самоуправления в их реализации. При этом мы вводим краткое наименование задач первого и второго уровня и приводим (в скобках) их текстовую характеристику из [1].

Задача 1. Инфраструктурное обеспечение развития муниципальных образований (инфраструктурное обеспечение пространственного развития экономики и социальной сферы Российской Федерации).

Задача 1.1. Определение экономической специализации и конкурентных преимуществ развития муниципальных образований (выявление и анализ экономической специализации и перспективных конкурентных преимуществ регионов и муниципальных образований с учетом международного, межрегионального и межмуниципального разделения труда).

Задача 1.2. Разработка стратегии социально-экономического развития муниципальных образований (определение основных направлений изменения пространственной структуры экономики Российской Федерации и разработка на этой основе взаимосвязанных стратегии пространственного развития Российской Федерации, отраслевых документов стратегического планирования и стратегий социально-экономического развития макрорегионов, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований);

Задача 1.3. Разработка отраслевых схем развития инфраструктуры муниципальных образований (утверждение планируемого размещения федеральной, региональной и муниципальной инженерной, энергетической, транспортной и социальной инфраструктуры с учетом определенных документами стратегического планирования перспективных направлений развития пространственной структуры экономики Российской Федерации с внесением при необходимости изменений в утвержденные документы территориального планирования Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований);

Задача 1.4. Разработка инвестиционных программ развития инфраструктуры муниципальных образований (утверждение и корректировка (на основе документов стратегического планирования, разработанных на федеральном уровне в рамках целеполагания, планирования и программирования) государственных программ Российской Федерации, предусматривающих развитие отдельных отраслей экономики и социальной сферы, а также инвестиционных программ, реализуемых государственными корпорациями ... определение размера бюджетных ассигнований федерального бюджета, выделяемых для стимулирования реализации полномочий органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления по строительству (реконструкции) инфраструктурных объектов регионального и местного значения);

Задача 1.5. Сдерживание оттока населения муниципальных образований (сдерживание оттока населения с важных в геополитическом отношении территорий ... путем создания благоприятных социальных условий; увеличение количества точек роста экономики как необходимое условие технологического развития, повышения инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности российской экономики на международных рынках; реализация мероприятий по улучшению экологической ситуации и развитию в крупных городских агломерациях транспортной инфраструктуры ...)

Задача 1.6. Внедрение проектного управления в администрации муниципальных образований (утверждение на период до 2025 года в целях социально-экономического развития макрорегионов (в границах федеральных округов, предусмотрев при необходимости возможность изменения границ федеральных округов) программ территориального развития, обеспечивающих взаимосвязь государственных программ Российской Федерации, которые

направлены на развитие отдельных отраслей экономики и социальной сферы по территориальному принципу. При этом необходимо определить администраторов указанных программ, обеспечивающих в том числе контроль и координацию деятельности в данной сфере федеральных органов исполнительной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и федеральных инфраструктурных компаний).

Задача 2. Привлечение частных инвестиций в развитие муниципальных образований (привлечение частных инвестиций в негосударственный сектор экономики на региональном и местном уровнях).

Задача 2.1. Создание зон с особыми условиями ведения предпринимательской деятельности на территории муниципальных образований (формирования по инициативе федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления приоритетных инвестиционных проектов соответственно федерального, регионального и местного уровней, определения (уточнения) мест размещения особых (свободных) экономических зон, индустриальных и технологических парков, иных зон с особыми условиями ведения предпринимательской деятельности с учетом прогнозов социально-экономического развития регионов и планов по инфраструктурному и социальному обустройству территорий, предусмотренных государственными и муниципальными программами развития отдельных отраслей экономики и социальной сферы, а также инвестиционными программами субъектов естественных монополий).

Задача 2.2. Установление льготных условий инвестиционной деятельности на территории муниципальных образований (установление (уточнение) на период до 2025 года на федеральном, региональном и местном уровнях льготных налоговых, таможенно-тарифных и иных условий деятельности частных инвесторов, реализующих приоритетные инвестиционные проекты и (или) осуществляющих деятельность в зонах с особыми условиями ведения предпринимательской деятельности).

Задача 2.3. Конкурсный отбор и льготирование частных инвесторов (проведение конкурсов (аукционов) на право заключения соглашений о реализации приоритетных инвестиционных проектов, в которых определяются права, обязанности и ответственность частных инвесторов, федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и субъектов естественных монополий по синхронизированному строительству (реконструкции) объектов инженерной, энергетической, транспортной и социальной инфраструктуры и соответствующих коммерческих объектов, а также устанавливаются гарантии финансирования взаимных обязательств сторон на период действия указанных соглашений).

Задача 2.4. Обеспечение единства муниципальных документов стратегического, программного и бюджетного планирования (обеспечение взаимосвязи стратегического и бюджетного планирования, в том числе установления в программных документах, включая инвестиционные программы субъектов естественных монополий, целей, задач и целевых показателей с учетом прогнозируемых параметров бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, а также внедрения механизмов гарантированного финансирования предусмотренных этими документами мероприятий по созданию отдельных видов производственной инфраструктуры, оказывающей определяющее воздействие на формирование и реализацию региональных и местных программ экономического развития, инвестиционных программ хозяйствующих субъектов).

Задача 3. Регулирование миграции на территории муниципальных образований (совершенствование механизмов регулирования внутренней и внешней миграции).

Задача 3.1. Стимулирование внутренней миграции (стимулирование внутренней миграции с учетом прогнозируемых потребностей регионов и муниципальных образований в трудовых ресурсах за счет организационной и финансовой поддержки социально-бытового обустройства граждан, включая предоставление налоговых льгот, а также за счет опережающего развития рынка доступного арендного жилья).

Задача 3.2. Стимулирование внешней миграции (содействия добровольному переселению соотечественников, проживающих за рубежом, и квалифицированных иностранных специалистов в регионы и муниципальные образования, имеющие перспективы экономического роста и дефицит трудовых ресурсов; стимулирование развития крупных городских агломераций, способных успешно выдерживать конкуренцию на мировых рынках, путем создания благоприятных условий для привлечения высококвалифицированной иностранной рабочей силы).

Задача 4. Повышение собственного экономического потенциала муниципальных образований (совершенствование механизмов стимулирования субъектов Российской Федерации и муниципальных образований к наращиванию собственного экономического потенциала).

Задача 4.1. Организация получения межбюджетных трансфертов (совершенствование системы формирования, распределения и предоставления межбюджетных трансфертов ... ежегодное определение в федеральном законе о федеральном бюджете на очередной финансовый год и на плановый период перечня приоритетных расходных обязательств субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, подлежащих софинансированию из федерального бюджета ... следует предусматривать в качестве одного из важнейших условий предоставления межбюджетных трансфертов обязанность органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления по проведению единой государственной политики в соответствующих отраслях экономики, наращиванию собственного экономического потенциала в соответствии со стратегией пространственного развития Российской Федерации, стратегиями социально-экономического развития субъектов Российской Федерации и муниципальных образований на период до 2025 года, а также по выполнению социальных обязательств перед гражданами).

Задача 4.2. Безусловное исполнение межбюджетных обязательств (эффективное применение мер финансовой ответственности субъектов Российской Федерации и муниципальных образований и персональной ответственности высших должностных лиц (руководителей высших исполнительных органов государственной власти) субъектов Российской Федерации, глав муниципальных образований (глав местных администраций) за невыполнение принятых при получении межбюджетных трансфертов обязательств по эффективному использованию бюджетных средств и достижению конкретных результатов в развитии соответствующих отраслей экономики и социальной сферы).

Задача 4.3. Организация работы по получению бюджетных грантов (предоставление грантов из федерального и региональных бюджетов соответственно субъектам Российской Федерации и муниципальным образованиям, достигавшим наиболее высоких темпов наращивания собственного экономического потенциала и снижения уровня дотационности территорий).

Задача 4.4. Организация работы по получению дополнительных налоговых доходов (дополнительное частичное зачисление в бюджеты субъектов Российской Федерации и местные бюджеты доходов от отдельных налогов и сборов, подлежащих зачислению соответственно в федеральный и региональные бюджеты, которые были дополнительно начислены на соответствующей территории в результате деятельности органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления по наращиванию экономического потенциала территорий).

Задача 5. Совершенствование деятельности органов местного самоуправления (уточнение, финансовое обеспечение и организация эффективного исполнения полномочий федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления с максимальным привлечением населения к участию в государственном и муниципальном управлении).

Задача 5.1. Контроль исполнения расходных обязательств (мониторинг расходных обязательств субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, анализ их фактического исполнения, определение минимально необходимых для исполнения таких обязательств объемов финансирования для учета потребности в финансировании указанных обя-

зательств за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета).

Задача 5.2. Разработка предложений по упразднению неэффективных льгот по местным налогам (поэтапное упразднение установленных на федеральном уровне и предоставляемых организациям неэффективных льгот по региональным и местным налогам и льгот по федеральным налогам, часть которых зачисляется в региональные и (или) местные бюджеты, имея в виду переход к адресной поддержке приоритетных для конкретных регионов экономических специализаций и инвестиционных проектов, а также к поддержке инфраструктурных компаний).

Задача 5.3. Разработка предложений по совершенствованию деятельности территориальных подразделений органов государственной власти (оптимизация системы и укрепление материально-технической базы территориальных органов федеральных органов исполнительной власти, полномочия которых не переданы органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органам местного самоуправления, повышения уровня материального и социально-бытового обеспечения их работников (сотрудников) при условии установления мер ответственности за конкретные результаты работы по социально-экономическому развитию территорий).

Задача 5.4. Совершенствование механизмов участия населения в муниципальном управлении (введение дополнительных механизмов привлечения граждан Российской Федерации к участию в государственном и муниципальном управлении, повышение их гражданской ответственности при решении вопросов социально-экономического и политического развития территорий, а также механизмов учета мнения населения при решении указанных вопросов).

Приведенную систему задач необходимо включать в руководящие документы целеполагания (прогнозы, стратегии и схемы территориального планирования), программирования (муниципальные программы, адресные инвестиционные программы, планы деятельности) и бюджетирования (управленческие бюджеты) муниципальной системы целевого программно-бюджетирования [5, 6, 7]. Это, в свою очередь, обеспечит прямое участие органов местного самоуправления конкретных муниципальных образований (в основном городских округов и муниципальных районов) в реализации государственной региональной политики и привлечении целевых бюджетных трансфертов. Отметим, что названные документы целевого программно-бюджетирования целесообразно разрабатывать на период очередного президентского цикла – 2019-2024 годы.

Литература:

1. Об утверждении Основ государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года. Указ Президента Российской Федерации от 16.01.2017 N 13 // СПС «КонсультантПлюс».

2. Об Основных положениях региональной политики в Российской Федерации. Указ Президента Российской Федерации от 03.06.1996 N 803 // СПС «КонсультантПлюс».

3. О плане мероприятий по реализации Основ государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 05.06.2017 N 1166-р // СПС «КонсультантПлюс».

4. О стратегическом планировании в Российской Федерации. Федеральный закон от 28.06.2014 N 172-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

5. Сапожников А.А. Муниципальное целевое программное бюджетирование: решения // Муниципальная академия. 2016, №1. С. 64-70.

6. Сапожников А.А., Касиненко Ю.А. Современная технология административного управления: третий этап развития (2010-2013 гг.) // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2017, №1 (27). С. 25-31.

7. Сапожников А.А., Касиненко Ю.А. Современная технология административного управления: четвертый этап развития (2014-2016 гг.) // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2017, №1 (27). С. 32-37.

УДК: 332.1; 338.242

Стратегическое управление градообразующих предприятий на примере ОАО «Русал Братск»

И.Г. Акчурина¹, Г.А. Аксентьева²

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

¹akchern@yandex.ru, ²g.aksenteva@mail.ru

Ключевые слова: стратегия, стратегическое управление, региональная экономика, градообразующие предприятия, местное самоуправление

В статье рассмотрено влияние одного из крупнейших градообразующих предприятий города Братска на социально-экономическое развитие его территории. Рассмотрен понятийный аппарат, раскрывающий специфику вопросов стратегического управления субъектов хозяйственной деятельности и классификация базовых стратегий. Кроме того, проанализировав результаты хозяйственной и управленческой деятельности ОАО «РУСАЛ Братский алюминиевый завод» авторы выделили основные направления стратегии развития предприятия на современном этапе. Анализ сложившейся в организации системы управления позволил выявить «узкие места» и сформулировать рекомендации по стратегическому развитию ОАО «РУСАЛ Братск».

Эффективная хозяйственная деятельность градообразующих предприятий является существенным фактором социально-экономического развития территорий, на которых они расположены. Градообразующие предприятия создают преобладающее число рабочих мест для местного населения, являются движущей силой развития местной и региональной экономики. Любые кризисные явления в экономическом положении предприятия негативно отражаются на многих аспектах жизни местного сообщества. Поэтому в успешности и финансовой стабильности градообразующих предприятий заинтересованы не только люди, непосредственно связанные с данными предприятиями, но и органы государственной власти субъекта РФ и местного самоуправления.

Вопросы эффективного хозяйствования в условиях постоянно изменяющихся факторов внешней среды и долгосрочного развития предприятия, механизмы и правила их формализации и решения объединены общим понятием «стратегическое управление». Стратегическое управление – важнейшее направление деятельности руководства предприятия представляющее собой целостную систему действий по его развитию и достижению желаемых результатов в показателях экономической эффективности [1].

Стратегическое управление – процесс сложный и представляет собой совокупность взаимосвязанных и последовательных управленческих процессов. Единой стратегии для всех предприятий не существует, и определение направлений развития является индивидуальным процессом, так как каждое предприятие, даже одной отрасли, уникально.

Наиболее известны, подтверждены практикой и широко применяются базисные (эталонные) стратегии развития бизнеса (таблица 1) [2]. Они отражают различные подходы к росту фирмы и связаны с изменением состояния одного или нескольких элементов: продукта, рынка, отрасли, положения фирмы внутри отрасли либо технологии.

На практике, предприятие может одновременно реализовать несколько стратегий. Особенно это распространено у многоотраслевых компаний. В этих случаях говорят, что фирма осуществляет комбинированную стратегию.

Эталонные стратегии развития бизнеса

Базисная стратегия	Направления развития базисной стратегии
1. Стратегии концентрированного роста	<ul style="list-style-type: none"> - стратегия усиления позиции на рынке, при которой фирма делает все, чтобы с данным продуктом на данном рынке завоевать лучшие позиции; - стратегия развития рынка, заключающаяся в поиске новых рынков для уже производимого продукта; - стратегия развития продукта, предполагающая решение задачи роста за счет производства нового продукта и его реализации на уже освоенном фирмой рынке.
2. Стратегии интегрированного роста	<ul style="list-style-type: none"> - стратегия обратной вертикальной интеграции, направленная на рост фирмы за счет приобретения либо же усиления контроля над поставщиками, а так же за счет создания дочерних структур, осуществляющих снабжение. - стратегия вперед идущей вертикальной интеграции, выражающаяся в росте фирмы за счет приобретения либо же усиления контроля над структурами, находящимися между фирмой и конечным потребителем, т. е. над системами распределения и продажи.
3. Стратегии диверсифицированного роста.	<ul style="list-style-type: none"> - стратегия централизованной диверсификации, базируется на поиске и использовании заключенных в существующем бизнесе дополнительных возможностей для производства для новых продуктов; - стратегия горизонтальной диверсификации, предполагающая поиск возможностей роста на существующем рынке за счет новой продукции, требующей новой технологии, отличной от используемой; - стратегия конгломеративной диверсификации, состоящая в том, что фирма расширяется за счет производства технологически не связанных с уже производимыми продуктами, которые реализуются на новых рынках.
4. Стратегии целенаправленного сокращения.	<ul style="list-style-type: none"> - стратегия ликвидации, представляющая собой предельный случай стратегии сокращения и осуществляется тогда, когда фирма не может вести дальнейший бизнес; - стратегия "сбора урожая", предполагающая отказ от долгосрочного взгляда на бизнес в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе; - стратегия сокращения, заключается в том, что фирма закрывает или продает одно из своих подразделений или бизнесов для того, чтобы осуществить долгосрочное изменение границ ведения бизнеса; - стратегия сокращения расходов, основной идеей которой является поиск возможностей уменьшения издержек и проведение соответствующих мероприятий по сокращению затрат.

На основе выбранной стратегии прописывается стратегический план, ключевыми составляющими которого являются стратегическая концепция развития и программа мероприятий по реализации стратегии.

Открытое акционерное общество «РУСАЛ Братский алюминиевый завод» (ОАО «РУСАЛ Братск») является одним из градообразующих предприятий города Братска Иркутской области и крупнейшим производителем алюминия. Численность персонала составляет около 4000 человек. Общество входит в состав Алюминиевого дивизиона компании РУСАЛ, на долю ОАО «РУСАЛ Братск» приходится 39% производства алюминия в России и 2,4% производства мирового алюминия.

Братский алюминиевый завод был построен в 1966 г. и рассчитан на производство 915 000 тонн алюминия в год. В настоящий момент производственная мощность составляет 1 006 000 тонн алюминия в год. Предприятие ориентировано на выпуск первичного алюминия и продукции из него на основе применения технологии Содерберга с использованием «сухого» анода.

Основными потребителями продукции предприятия являются страны Европы, Азии и

СНГ, США, Япония (рис. 1) [3]. Отраслевыми потребителями продукции компании являются предприятия авиа- и автомобилестроения, строительной, упаковочной, электротехнической промышленности.

Общее руководство и управление деятельностью ОАО «РУСАЛ Братск» осуществляет Совет директоров (рис. 2). Совет директоров отвечает за обеспечение устойчивого развития компании, формирование ее стратегии, а также контроль за соблюдением принципов корпоративного управления. Стратегически важные направления для ОАО «РУСАЛ Братск» разрабатываются на основе общей стратегии развития ОК «РУСАЛ» [4].

Совет директоров несет коллективную ответственность за управление и деятельность Компании. Помимо утверждения общих стратегий развития, в сферу ответственности Совета директоров входит также формирование и контроль годовых бюджетов, основных бизнес-планов, мониторинг и оценка показателей деятельности Компании, оценка и контроль работы менеджмента.

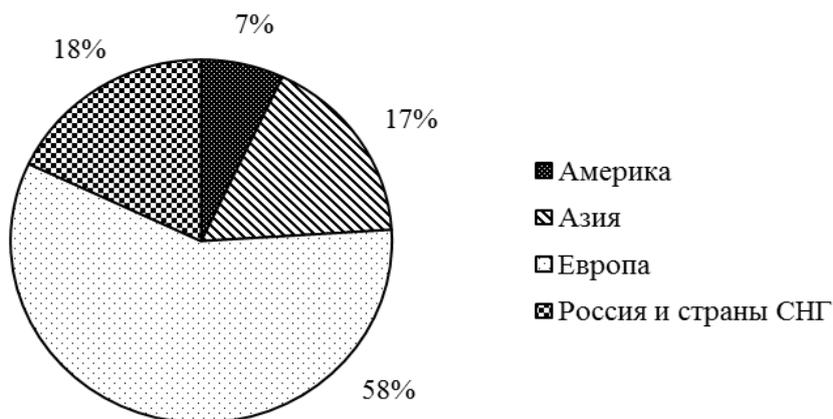


Рис. 1 – Структура поставок продукции (физические объемы)

За реализацию стратегии, утвержденной Советом директоров, отвечает Управляющий директор совместно с исполнительным комитетом. В настоящее время выполнение функций Управляющего директора возложены на Евгения Юрьевича Зенкина. Управляющий директор совместно с исполнительным комитетом осуществляют управление текущей деятельностью ОАО «РУСАЛ Братск». Также исполнительный комитет оказывает помощь Совету директоров в формулировании, исполнении стратегии и контроле над ее реализацией [4].

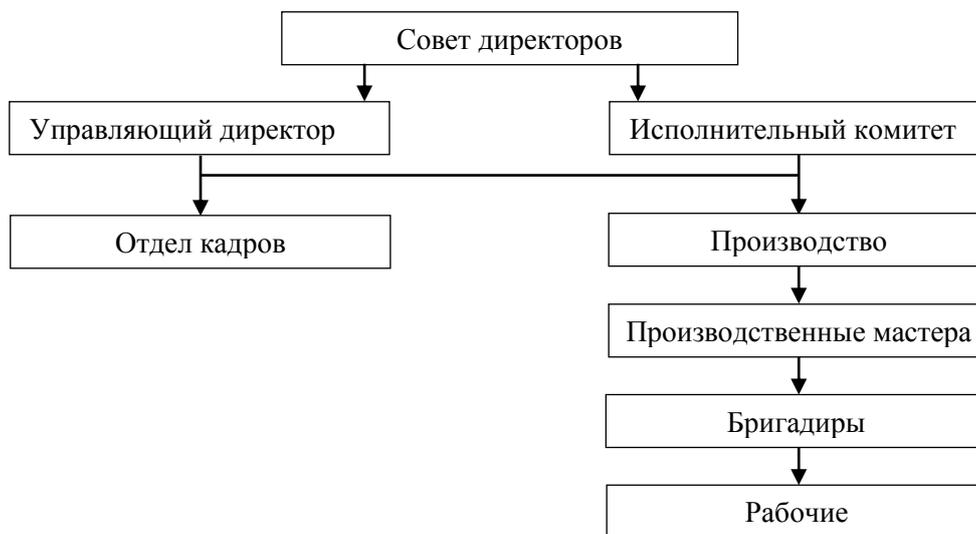


Рис. 2 – Структура управления ОАО «РУСАЛ Братск»

В 2011 году РУСАЛ разработал новую долгосрочную стратегию развития, которая определяет основные приоритеты и цели компании на ближайшие 10 лет. В соответствии с ней миссия РУСАЛа заключается в том, чтобы «... стать самой эффективной алюминиевой компанией в мире, которой сможем гордиться мы и наши дети. Через успех РУСАЛа – к процветанию каждого из нас и общества» [5].

Основными стратегически значимыми целями компании являются [6]:

- укрепление позиции лидера мировой алюминиевой отрасли за счет повышения эффективности производства;
- обеспечение оптимальной структуры капитала и повышение ликвидности акций компании;
- диверсификация бизнеса за счет развития собственной энергетической базы;
- укрепление позиций РУСАЛа на ключевых рынках сбыта, с уделением особенного внимания перспективным рынкам России и Азии;
- обеспечение производства алюминия собственным сырьем;
- обеспечение энергетической безопасности производства за счет доступа к конкурентоспособным источникам энергоснабжения;
- обеспечение транспортной безопасности бизнеса за счет оптимизации системы логистики;
- обеспечение конкурентоспособности в области технологии и совершенствования технологической политики;
- обеспечение последовательного улучшения экологических показателей производства;
- укрепление статуса компании как работодателя приоритетного выбора.

Компания использует сразу несколько видов эталонных стратегий и для успешного развития бизнеса ею выбраны следующие направления:

- 1) стратегия усиления позиции на рынке;
- 2) стратегия развития рынка;
- 3) стратегия вперед идущей вертикальной интеграции;
- 4) стратегия обратной вертикальной интеграции;
- 5) стратегия сокращения расходов.

В рамках стратегии развития объединенной компании «РУСАЛ» Советом директоров БрАЗа были определены основные направления деятельности Общества [5]:

- закрепление достигнутых организационно-технических рубежей и их дальнейшее развитие;
- реализация и тиражирование предложений по улучшениям, направленным на снижение издержек и вовлечение в этот процесс коллектива завода;
- стандартизация производственных процессов;
- повышение энергоэффективности производства за счет оптимизации технологических режимов;
- сокращение расходов сырья, материалов, электроэнергии, снижение себестоимости товарной продукции;
- повышение квалификации персонала, совершенствование организации и систем оплаты труда;
- снижение выбросов вредных (загрязняющих) веществ в атмосферу, снижение объемов образования и захоронения отходов производства, максимальная утилизация отходов на предприятиях с соответствующей технологией и переработка отходов на собственном производстве.

В 2015 году на Братском алюминиевом заводе было произведено 1 004,9 тыс. тонн товарного алюминия. Среднесуточная производительность электролизеров выросла на 0,08 %, а общий объем выпуска анодной массы на 0,74 %. В 2015 году на заводе было получено 217,1 тыс. тонн различной продукции с добавленной стоимостью, что составляет 21,6% от общего объема производства.

Учитывая сложную ситуацию на рынке металла, основными ориентирами для заводчан

по-прежнему остаются выполнение производственной программы, внедрение лучших практик, снижение расходных коэффициентов. Братские металлурги ведут системную работу по сокращению издержек, энергосбережению и снижению себестоимости продукции.

Также металлурги приступили к разработке проектов по снижению запасов готовой продукции на складах, реализуется программа по совершенствованию качества металла, строятся печи переплава для снижения экономических потерь от продажи обрезки слитков.

В результате повышения качества выпускаемой продукции на 5,5% снизилось количество признанных рекламаций потребителей.

Несмотря на кризисные явления в отрасли в 2015 году БрАЗ инвестировал более 1 млрд. рублей в проекты, направленные на снижение воздействия производства на окружающую среду. В рамках реализации экологической программы на БрАЗе монтируют высокоэффективные газоочистные установки, внедряют технологию «Экологический Содерберг», ведут реконструкцию шламового поля. Также выполняются работы по переработке и утилизации отходов производства, мониторингу окружающей среды и обустройству санитарно-защитной зоны предприятия, начато строительство четырех высокоэффективных установок сухой очистки газов электролизного производства.

Инновационная технология производства алюминия «Экологичный Содерберг» (ЭкоСодерберг) заменяет классическую технологию – электролиз Содерберга. Новая технология позволяет значительно снизить нагрузку на окружающую среду за счет сокращения суммарных выбросов газообразных соединений на 13,6 тыс. тонн в год и снижения потребления электроэнергии до 400 кВтч на тонну алюминия. Также ЭкоСодерберг позволяет увеличить срок службы электролизера и повысить его производительность. На данный момент на БрАЗе данная технология внедрена только в одном из 25 корпусов. В 2015 году удельный расход электроэнергии на тонну произведенного металла снизился на 0,32% и составил 15 675 кВт*ч/т.

В рамках программы совершенствования организации и систем оплаты труда на предприятии введена политика вознаграждений. Политика БрАЗа в области вознаграждений направлена на обеспечение единства принципов организации оплаты труда работников, повышение их материальной заинтересованности в улучшении производственных и экономических результатов и в непрерывном росте своих деловых качеств, повышения гибкости в оценке трудового вклада и деловых качеств работников. Согласно действующему коллективному договору Общество обеспечивает повышение уровня реального содержания заработной платы, включая индексацию заработной платы в связи с ростом потребительских цен на товары и услуги, также предусмотрено ежемесячное премирование всего персонала при условии выполнения определенных производственных или целевых показателей.

В целях повышения квалификации сотрудники завода проходят обучение, как внутри предприятия, так и в различных учебных заведениях, имеющих необходимый специализированный профиль подготовки.

Братский алюминиевый завод развивается достаточно уверенно, но по некоторым направлениям недостаточно активно. В частности, инновационная технология производства алюминия «Экологичный Содерберг» внедряется крайне медленно.

Руководству следует направить больше сил на реализацию данной технологии. Поскольку применение ЭкоСодерберга только в одном корпусе позволяет снижать удельные расходы электроэнергии на тонну произведенного металла на 0,32 %. Внедрение современной технологии во всех производственных корпусах позволит снизить потребление электроэнергии на тонну алюминия в три раза, а также увеличит производительность и срок службы электролизеров. Данные факторы значительно повысят экономическую эффективность предприятия.

Новая технология «Экологичный Содерберг» позволяет предприятию значительно сократить величину суммарных выбросов газообразных соединений. В среднем на 13,6 тыс. тонн в год. Снижение негативного влияния на окружающую среду положительно скажется на репутации БрАЗа среди местных жителей, которые озабочены качеством жилой среды. А это не маловажный аспект развития предприятия – социально-ответственная организация

может рассчитывать на некоторые привилегии в ведении бизнеса.

РУСАЛ реализует несколько стратегий, но не использует, достаточно перспективную с точки зрения развития бизнеса, стратегию диверсифицированного роста. Руководству компании следует продумать возможности применения эталонных стратегий данного типа и за счет производства новой продукции обеспечить успешность предприятия в будущем.

Традиционно понятие «стратегическое управление» связывалось с крупными транснациональными корпорациями, имеющими возможность тратить большие средства на изменения своей деятельности и системы управления. Но сегодня идеи и методы стратегического управления используются компаниями разных размеров и сфер бизнеса, а также некоммерческими организациями и органами государственного управления для формирования и развития собственных конкурентных преимуществ в рыночных условиях.

На сегодняшний день органы местного самоуправления из-за невозможности юридического участия в процессах управления деятельностью градообразующих предприятий выполняют, в основном, лишь регулятивную функцию, однако, органы власти глубоко заинтересованы в сотрудничестве. Выстраивание долгосрочных партнерских отношений между градообразующими предприятиями и местными органами власти позволяет формировать необходимые взаимовыгодные условия эффективного хозяйствования и управления как для стратегического планирования деятельности фирм, так и для социально-экономического развития территорий.

Учитывая, что деятельность предприятий протекает в постоянно изменяющейся конкурентной среде, стратегическое управление позволяет бизнесу успешно адаптироваться к условиям современного рынка. Формирование стратегии развития предприятия процесс сложный, многоуровневый и трудоемкий, однако это важнейший фактор функционирования фирмы, обеспечения ее выживаемости и устойчивого роста. Стратегическое управление – приоритетное направление деятельности руководства, ведь бизнес существует не только сегодня, он должен быть успешным и завтра, а будущий успех градообразующего предприятия – это стабильное социально-экономическое развитие территории, на которой оно расположено.

Литература:

1. Стратегический менеджмент / А.Н. Петров, Л.Г. Демидова, Г.А. Буренина, С.М. Климов, Г.З. Щербаковский, Г.М. Гвичи – СПб.: Питер, 2005. – 496 с.
2. Зуб, А.Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие для вузов/ А.Т. Зуб. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 415 с.
3. Ежеквартальный отчет ОАО «РУСАЛ Братский алюминиевый завод» за 2 квартал 2016 г. – Братск, 15 августа 2016 г. – 287 с.
4. Устав ОАО «РУСАЛ Братский алюминиевый завод» - Братск, 2010. – 19 с.
5. Годовой отчет ОАО «РУСАЛ Братский алюминиевый завод» за 2015 год – Братск, 2016 – 21 с.
6. Отчет об устойчивом развитии ОК РУСАЛ за 2015 год – Режим доступа: http://sr.rusal.ru/upload/iblock/3e9/SR-2015_rus_final.pdf – Загл. с экрана.

УДК: 338.242.2; 332.146.2

Бизнес-инкубатор как инструмент развития предпринимательства в городе Братске

И.Г. Акчурина¹, А.О. Лебедева²

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

¹akchern@yandex.ru, ²alena_lebedeva_1996@mail.ru

Ключевые слова: бизнес-инкубатор, предпринимательство, инновации, «start-up»-

проекты, муниципальное образование, инвесторы, бизнес-инициативы.

В статье рассматривается инновационный инструмент развития и поддержки малого и среднего предпринимательства – бизнес-инкубатор. Актуальность рассматриваемых в работе вопросов заключается в том, что на современном этапе экономического развития в Российской Федерации необходимо формировать новые подходы и инновационные решения в сфере развития бизнеса и формирования предпринимательской культуры. Роль бизнес-инкубаторов состоит в создании новых предприятий и выпуске адаптированных к рыночной среде предпринимателей. В настоящей статье описываются проблемы создания и развития бизнес-инкубаторов, а также критерии отбора приоритетных проектов и услуги, оказываемые бизнес-инкубаторами.

Приоритетным направлением государственной политики является поддержание предпринимательских инициатив в сфере малого и среднего бизнеса. Особая роль в данной работе принадлежит органам управления субфедерального и муниципального уровня. Знания о фактическом состоянии территории, ее ресурсах и проблемах, требующих первостепенного внимания, позволяют принимать взвешенные решения относительно наиболее перспективных направлений развития бизнес-инициатив на местах. Инновационным инструментом, позволяющим повысить предпринимательскую активность в рамках конкретных территорий, является бизнес-инкубатор.

Бизнес-инкубатор – это организация, занимающаяся поддержкой проектов молодых предпринимателей на всех этапах развития: от разработки идеи до её коммерциализации [1].

Первые прообразы бизнес-инкубаторов появились в Великобритании в середине XX века. В России же бизнес-инкубаторы возникли в начале 90 - х годов XX века. Это были организации, оказывающие поддержку в развитии малого предпринимательства, они облегчали начальные стадии развития новых предприятий, предоставляли им помещения для работы, полезные услуги и деловую поддержку.

В 1997 году было учреждено "Национальное содружество бизнес-инкубаторов" (НСБИ) с целью контроля и поддержки процессов становления бизнес-инкубаторов в регионах России [2].

К настоящему времени в процессе практического использования на территории РФ сложилось большое разнообразие действующих бизнес-инкубаторов, которые можно классифицировать по разнообразным признакам (таблица 1) [2, 3, 9, 10].

Правовое обеспечение создания и деятельности бизнес-инкубатора обеспечивается уставом и (или) учредительным договором, а также внутренними документами, регламентирующими полномочия и регламент работы отдельных органов и должностных лиц, правилами внутреннего распорядка, договорами аренды помещений [3]. Однако, учитывая инновационный характер данного инструмента этого явно недостаточно, поскольку не существует единого подхода к организации и регулированию деятельности подобных учреждений. С одной стороны – такая ситуация предоставляет широкие возможности, а с другой стороны – отсутствие единых критериев работы не добавляют «прозрачности» и подрывают доверие к деятельности организации со стороны бизнес сообщества.

Таблица 1

Классификация бизнес-инкубаторов

Классификационный признак	Типы бизнес-инкубаторов
1 по организационно-правовой форме	<ul style="list-style-type: none"> - структурное подразделение юридического лица; - некоммерческое партнерство; - автономная некоммерческая организация; - учреждение; - фонд; - закрытое акционерное общество.

2 по составу учредителей	<ul style="list-style-type: none"> - Российская Федерация и (или) субъект РФ в лице уполномоченных органов государственной власти; - крупные предприятия; - фонд занятости; - банки, готовые содействовать развитию бизнес-инкубатора; - торгово-промышленные палаты, союзы предпринимателей; - фонды поддержки малого и среднего бизнеса.
3 по профилю	<ul style="list-style-type: none"> - классический (смешанный) бизнес-инкубатор (специализируется на услугах для малых компаний любого профиля, от кондитерских до автосервисов); - часть технопарка (ориентирован данный инкубатор на работу в сфере высоких технологий); - инкубатор для экономического развития (ориентирование для решения конкретных задач, с развитием слабого экономического сектора, созданием рабочих мест и пр.); - инкубатор, ориентированный на социальную адаптацию незащищенных слоев населения (поддерживает фирмы, работают в которых представители этнических меньшинств, бывшие военные, женщины и пр.); - виртуальный бизнес-инкубатор (объединяет поставщиков услуг (в базах данных указывают информацию о себе и предложениях).
4 по комплексу услуг, предоставляемых предпринимателям	<ul style="list-style-type: none"> - секретарские (предоставление оргтехники, телефона, Интернета, а также доступ к информационным базам данных); - бухгалтерские (консультации по вопросам бухгалтерского учета, финансового менеджмента и налогообложения); - юридические (предоставление юридических консультаций по вопросам регистрации и открытия организаций); - образовательные (тренинги, семинары и мастер-классы); - консалтинговые (помощь в управлении процессом производства и управления).

Ассоциация «Бизнес-инкубатор города Братска» – это некоммерческая организация, созданная для осуществления поддержки субъектов малого предпринимательства города Братска, разрабатывающих или реализующих инновационные проекты [4].

Роль бизнес-инкубатора в создании новых малых предприятий на территории муниципального образования состоит в непосредственной инкубации стартапов. А также в том, чтобы за счет профилирования бизнес-инкубатора и процедуры конкурсного отбора проектов представленных для рассмотрения, органы местного самоуправления могли оказывать поддержку тем предприятиям, деятельность которых соответствует приоритетам муниципалитета [3].

Основными целями деятельности бизнес-инкубатора являются [4]:

- создание благоприятных условий для развития малого инновационного предпринимательства на территории города Братска;
- объединение ресурсов организаций инфраструктуры поддержки предпринимательства, науки, бизнеса и власти для содействия в коммерческой реализации инновационных проектов;
- улучшение стартовых условий создания инновационного бизнеса путем целенаправленной поддержки вновь образованных фирм и концентрации всех организационно-управленческих услуг в едином комплексе;
- формирование положительного имиджа предпринимательства, улучшению инвестиционного климата и привлечению внешнего капитала на реализацию инновационных проектов в городе Братске.

С целью обеспечения участникам равных возможностей Ассоциация «Бизнес-инкубатор города Братска» в соответствии с утвержденным положением при проведении конкурса придерживается следующих принципов:

- равенство прав участников конкурса;
- состязательность;
- единство требований;
- объективность оценок;
- гласность;
- конфиденциальность.

При участии муниципалитета в бизнес-инкубаторе в качестве учредителя или партнера, у него появляется возможность реализовывать собственную политику в экономической сфере, содействуя занятости населения и, косвенным образом, росту доходной части муниципального бюджета. Поддерживая начинающих предпринимателей, бизнес-инкубаторы занимаются непосредственным созданием новых предприятий и рабочих мест.

На основе обобщенных сведений о деятельности бизнес-инкубаторов на территории России на рисунке 1 представлена структура наиболее востребованных на сегодня видов помощи, в которых испытывают потребность субъекты малого и среднего бизнеса при подготовке и реализации «start-up»-проектов.

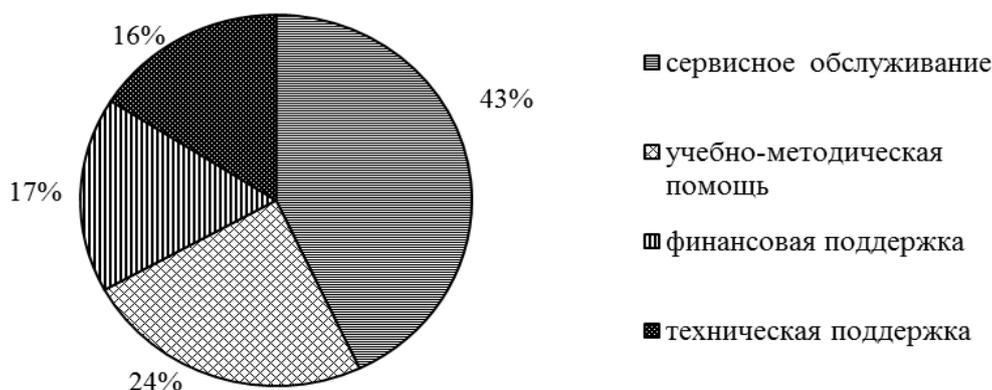


Рис.1. Структура видов услуг востребованных бизнес-инкубаторами

С тем чтобы лица, создающие свое дело, или начинающие предприниматели были приняты в члены бизнес-инкубатора, они должны соответствовать определенным критериям. В частности, претендент должен убедить отборочную комиссию в том, что [5]:

- предприятие имеет реальные шансы на успех;
- предлагаемые к производству продукты, товары или услуги являются конкурентоспособными;
- финансирование будущего предприятия гарантировано за счет собственных или привлеченных средств, т.е. необходимо предоставить концепцию финансирования или план инвестирования.

К участию в конкурсе допускаются [5]:

- 1) субъекты малого предпринимательства, разрабатывающие или реализующие инновационные проекты;
- 2) физические лица или группы физических лиц, планирующие в ближайшее время зарегистрироваться на территории муниципального образования города Братска в качестве субъекта малого предпринимательства для реализации инновационного проекта.

В тоже время в отношении потенциальных участников конкурса инновационных проектов существует целый ряд ограничений. Одно из важнейших касается субъектов малого предпринимательства, которые не могут быть допущены к участию в отборе, если осуществляют свою деятельность в следующих сферах:

- финансовые и страховые услуги;

- услуги адвокатов и нотариусов;
- розничной или оптовой торговли;
- строительство;
- бытовые услуги;
- медицинские услуги;
- общественное питание;
- операции с недвижимостью;
- производство подакцизных товаров;
- добыча и реализация полезных ископаемых;
- игорный бизнес.

Критерии, по которым осуществляется отбор проектов, в каждом бизнес-инкубаторе индивидуальны и определяются его миссией. Однако существуют определенные аспекты, которые следует учитывать при отборе [6]:

- 1) приоритет нового бизнеса перед уже существующим;
- 2) коммерческая значимость бизнес-проекта в целом и его значимость для региона;
- 3) потенциальные возможности для увеличения численности рабочих мест и развития бизнеса;
- 4) наличие команды и существующий финансовый статус бизнеса;
- 5) размер предприятия и сектор бизнеса.

В соответствии с этими требованиями к информации и установленными критериями отбора проектов, претенденты на размещение в бизнес-инкубаторе должны представить экспертному совету следующие основные документы [3]:

- персональную анкету и описание предпринимательского опыта;
- предпринимательскую концепцию, которая характеризует планируемый к производству продукт, его рыночную перспективу, конкурентоспособность, сбыт и потребность в площади;
- бизнес-план, планы по экономике и организации производства, в которые включены план товарооборота и затрат, а также прогноз достижения целевых показателей деятельности и т.д.

Выбор претендента-победителя осуществляется в соответствии с условиями конкурса и часто диктуется профилем бизнес-инкубатора. Однако в большинстве случаев преимущество имеют предприятия производственного профиля и фирмы, предоставляющие предпринимателям те или иные услуги.

Несмотря на сравнительно небольшой срок работы данных структур в России уже достаточно четко обозначился ряд аспектов, которые отражают преимущества и проблемы их организации и развития (таблица 2) [2, 8].

Таблица 2

Специфика организации и развития бизнес-инкубаторов в России

<i>Положительные аспекты</i>	<i>Проблемы</i>
<ul style="list-style-type: none"> - предоставление членам бизнес-инкубатора на безвозмездной основе хорошо оборудованного конференц-зала; - предоставление бесплатных офисных услуг, доступа в Интернет, конференц-связи; - способствует проявлению предпринимателем личной инициативы, инновационной активности и принятию решений, сопряженных с риском; - способствует повышению выживаемости новых малых или средних фирм; - инфраструктура бизнес-инкубатора способствует эффективному обмену информацией и обсуждению коммерческих вопросов. 	<ul style="list-style-type: none"> - недостаточный опыт в области предпринимательской деятельности и знания философии эффективного менеджмента сотрудников инкубаторов; - трудности в установлении бизнес-контактов с иностранными инвесторами, что препятствует дальнейшему выходу предприятий на международный рынок; - низкий спрос на инновационную продукцию со стороны крупных и средних российских предприятий; - недостаток инвестиций на ранних стадиях развития компаний.

Несмотря на имеющиеся сложности практика работы бизнес-инкубаторов признана успешной, поскольку позволяет «выпускать» из инкубатора уже адаптированных к рыночной среде предпринимателей.

Таким образом, реализация идеи бизнес-инкубаторов имеет тройную пользу [7]:

– во-первых, непосредственную пользу извлекают отдельные предприниматели, получая прямую выгоду в виде льготной арендной платы и дополнительных консультационных услуг;

– во-вторых, развивается сектор экономики связанный с оказанием квалифицированных консалтинговых услуг, как фирмам, которые состоят в бизнес-инкубаторе, так и всем остальным;

– в-третьих, выигрывает муниципалитет, т.к. создание бизнес-инкубатора является зримым доказательством благожелательного отношения власти к развитию и поддержке бизнес-инициатив.

Подводя итог, можно утверждать, что бизнес-инкубаторы представляют собой эффективный инструмент практической помощи в развитии муниципальной экономики с достаточно простой системой функционирования.

Литература:

1. Википедия [Электронный ресурс] – 11.04.2017 – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Бизнес-инкубатор>.
2. Электронная библиотека студента [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=877067>.
3. Консалтинг для государства и бизнеса [Электронный ресурс] – 06.04.2017 – Режим доступа: <http://nisse.ru/articles/details.php>.
4. Информационный портал для субъектов малого и среднего предпринимательства г. Братска [Электронный ресурс] – 05.04.2017 - Режим доступа: <http://mbratsk.com/infrastruktura/bink>.
5. Положение о конкурсном отборе инновационных проектов субъектов малого предпринимательства и физических лиц для оказания Ассоциацией «Бизнес-инкубатор города Братска» содействия в их развитии и коммерциализации.
6. Единый реферат-центр [Электронный ресурс] – 06.04.2017 – Режим доступа: <http://referatwork.ru/new/source/126309text-126309.html>.
7. Холодкова Ю. А. Бизнес-инкубатор: его основные особенности и назначения // Молодой ученый. – 2009. – №9. – С. 90-91.
8. Данина Е. А., Некипелова А. Д. Основные проблемы российских бизнес-инкубаторов и технопарков и пути их решения // Молодой ученый. – 2016. – №9. – С. 544-546.
9. Бизнес-инкубаторы – для молодых предпринимателей// Сообщество и публикации [Электронный ресурс] – 19.04.2017 – Режим доступа: <http://hr-portal.ru/article/biznes-inkubatory-dlya-molodyh-predprinimateley>.
10. Бизнес-инкубатор: плюсы и минусы. Лучшие бизнес-инкубаторы России// Персональный журнал руководителя [Электронный ресурс] – 20.04.2017 – Режим доступа: <http://www.gd.ru/articles/4335-biznes-inkubator>.

УДК: 331.582

Инструменты тайм-менеджмента современного муниципального служащего

И.Г. Акчурина¹, А.В. Матвеев²

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

¹akchern@yandex.ru, ²karter044@mail.ru

Ключевые слова: тайм-менеджмент, инструменты тайм-менеджмента, тайм-менеджмент в организации.

В данной статье рассматриваются основные проблемы тайм-менеджмента в современной организации и инструменты, которые позволяют современному руководителю использовать время и другие доступные ему ресурсы организации для наибольшей производительности организации и обеспечение максимального результата в управленческой деятельности самого менеджера.

В экономике XXI века в связи с возрастанием темпов изменений и степени неопределенности экономической среды у современной организации увеличивается необходимость оперативно реагировать на динамично изменяющуюся среду.

В процессе управления постоянно возникают угрозы, связанные с неэффективностью осуществления трудовых процессов, на любом уровне управления организации.

В настоящее время каждый менеджер должен стремиться организовать свое время и время работников организации таким образом, чтобы в кратчайшие сроки и с наименьшими затратами достичь поставленных целей.

Тайм-менеджмент (в пер. с англ. – «управление временем») – наука о методах определения того, что для человека важно и на что в первую очередь следует потратить время [2]. Ее возникновение относят к 60-м годам XX века. Тогда в странах Запада благодаря развитию бизнеса стремительно ускорился темп жизни. Резко возросла нагрузка у людей, занятых в сфере управления. Они начали испытывать хроническую нехватку, как рабочего, так и свободного времени [1].

Одним из основных принципов тайм-менеджмента, является выбор собственных приоритетов. Решив для себя вопрос, какая же работа является более важной, необходимо полностью сосредоточиться исключительно на её выполнении.

Любой менеджмент выполняет главную функцию – это рациональное использование ресурсов. Функции управления временем заключаются в планировании, распределении и расходовании этого не возобновляемого ресурса. Тайм-менеджмент необходим для того, чтобы наиболее эффективно использовать имеющийся запас времени, что напрямую отражается на результативности продуктивности человека, организации или сотрудника [2]. Главные функции тайм-менеджмента – это планирование использования времени, организация процессов по использованию времени, контроль за соблюдением принципов и фиксация расходов времени.

Явление тайм-менеджмент опирается на четыре основных структурных элемента [7]:

- целеполагание и понимание принципов постановки целей;
- корректное определение приоритетов;
- знание инструментов планирования;
- выработка навыка планирования времени.

Первый элемент – целеполагание. Говоря о постановке целей, обязательно надо помнить то, что цель должна соответствовать критерию SMART: быть конкретной (specific), измеримой (measurable), согласованной (agreed), достижимой (realistic) и быть обозримой во времени (timed).

В том случае, если один из критериев SMART не является характеристикой поставленной цели, то целеполагание становится затруднительным, а цель превращается в набор по-

желаний. При постановке целей требуется быть последовательным и осуществлять сначала цели на ближайшее время [3].

Не нужно стремиться сразу ставить глобальные и долгосрочные цели. Нужно начинать с целей тактических. Постановка целей – это возможность структурировать свою деятельность, способ достичь успеха.

Второй структурный элемент – определение приоритетов. Естественно желание большинства людей получить от жизни многого. Желательно – всё и сразу. И при попытке получить все одновременно складываются ситуации, когда человек, не одолев ни одной из поставленных целей, бросает всё и плывет по течению. Выполнение множества задач одновременно – непосильная работа. А попытки охватить не охватываемое приводят к краху и отчаянию.

Третий структурный элемент – знание набора инструментов тайм-менеджмента, с помощью которого возможно определить необходимость выполнения той или иной процедуры в текущую единицу времени. Тайм-менеджмент позволяет расставить приоритеты. Именно при правильном определении первоочередных и второстепенных задач в жизни и работе возможно эффективное управление временем [5]. Тайм-менеджмент позволяет делать это правильно и быстро, что крайне важно при выработке навыка организации времени.

А основными инструментами являются:

- разделение больших задач на микротasks;
- планирование дня;
- постановка целей;
- внутренняя мотивация;
- метод «АВС-анализа».

Четвертый структурный элемент – навыки планирования времени. Привычки, или навыки, доведенные до автоматизма, являются показателем того, что теоретические выкладки и методики тайм-менеджмента достигли необходимой цели: вы используете их в своей жизни неосознанно. Вы начинаете больше успевать и меньше уставать. Именно выработка привычки у человека управлять своим временем и является основной целью тайм-менеджмента.

Стивен Кови, автор бестселлера "First Things First" ("Главное внимание главным вещам") охарактеризовал развитие тайм-менеджмента как науки после второй мировой войны, разделив на четыре этапа или поколения [6]:

1) первое поколение тайм-менеджмента основывается на традиционных и рудиментарных подходах к управлению временем, например на напоминании;

2) второе поколение уделяет больше внимания планированию и подготовке расписаний, событий, включая четко ограниченные по времени цели;

3) третье поколение основывается на расстановке приоритетов при планировании заданий и событий, а также контролирует выполнение заданий с помощью расписаний;

4) четвертое поколение – современный подход. Это поколение также ставит на первое место расстановку заданий по приоритетам, но приоритетность уже зависит не от срочности выполнения, а от важности самого задания. Также такой подход основывается на эффективности и проактивности, используя при этом разные методы тайм-менеджмента.

Первым приемом тайм-менеджмента является ранее планирование. Главная его цель – сократить количество времени, которое человек тратит на работу и, соответственно, высвободить как можно больше свободных часов [8].

Планировать рекомендуется в 2 этапа. Вначале следует составить список дел, которые необходимо выполнить, а потом определить приоритетность каждого из них. Определение приоритетности – наиболее сложный и важный этап планирования, основанный на принципе Парето: 20% дел приносят 80% результатов, а 80% дел приносят только 20% результатов.

По мнению экспертов, около 60% времени должно быть четко распланировано. Еще 20% должны оставаться «про запас», на случай возникновения непредвиденных ситуаций и, наконец, оставшиеся 20% следует отдавать свободной творческой деятельности [4].

Вторым важным приемом тайм-менеджмента является умение правильно общаться с

окружающими. Сюда можно включить и способность делегировать свои полномочия в нужный момент, и умение отказывать сотрудникам и подчиненным, и умение сдерживать себя и не стараться переубедить людей в чем-либо.

Третьим важным приемом считается умение выполнять неприятные дела. Эксперты по тайм-менеджменту утверждают, что начинать выполнение неприятных дел стоит с самого утра, в противном случае их можно вообще не выполнить.

Еще одним важным приемом тайм-менеджмента является умение правильно работать с информацией. В нашем обществе принято считать, что чем большим количеством информации мы владеем, тем больше задумок мы сможем реализовать. Но это не совсем верно: информация – информации рознь. Очень важно отфильтровывать ненужную информацию.

Пятым приемом тайм-менеджмента является умение чередовать работу с отдыхом.

Человек нуждается в отдыхе, а потому очень важно грамотно распределять время и не «забывать» день делами «от и до», а выделять разумное количество времени и на дела, и на отдых от них.

В мире современной информатизации и глобализации такие цифровые устройства как планшет, смартфон, компьютер являются важнейшими факторами в работе организации и ее управлении. Ведь, как мы знаем ни одна организация, не обходится без цифровых устройств, которые существенно облегчают их работу. Помогают осуществлять связь между различными структурными подразделениями в организации. Осуществлять заказы и продавать собственную продукцию или услуги. Поддерживать связь между другими организациями. Связь по средствам интернета.

Так же с развитием цифровых устройств на помощь менеджерам приходят различные планировщики задач. Самые популярные из них – Microsoft Outlook, Leader Task, Wunderlist, Asana, Remember the milk.

В данной статье будет рассмотрена работа организации в планировщике задач Leader Task.

Чем же так хорош Leader Task? Leader Task можно создавать как задачи, так и подзадачи, прикреплять к ним заметки и подзаметки. Нужно отметить, что древовидная структура списка весьма удобна – благодаря этому навигация в списке задач не вызывает затруднений (рис. 1). В свойствах задачи можно указать сроки, закрепить ее за проектом, выбрать категорию ярлыки и назначить исполнителя (из списка контактов Leader Task), прикрепить файл. Кроме того, в настройках сроков выполнения можно задать режим повторения задачи.

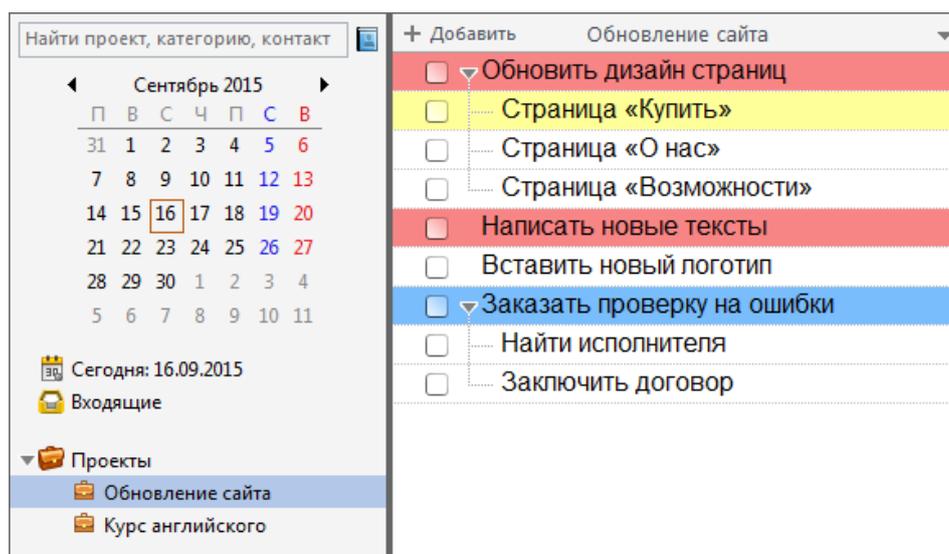


Рис. 1. Древовидная структура списка (фрагмент)

Leader Task синхронизирует данные с сервером (рис. 2). Предварительно в настройках

организера нужно ввести учетные данные пользователя, а также указать интервал обновления. LeaderTask доступен в виде программ для Android, iPad, iPhone. Кроме таких неотъемлемых функций, как синхронизация, работа с задачами и контактами, поиск – в мобильных приложениях имеются приятные дополнения: голосовой ввод, работа с GPS и прочие.

Leader Task помогает менеджеру отказаться от фиксирования различных поручений в бумажном виде, организовать встречу и получить полную информацию о текущих проектах без длительного обзвона и рассылки. Обеспечивает контроль всех договоров, их стадий и сроков их согласования. Осуществляет эффективное использование не только времени сотрудников, но и позволяет повысить эффективность управления поставками, отгрузками, подрядчиками и т.п. Помогает максимально увеличить КПД своей деятельности.

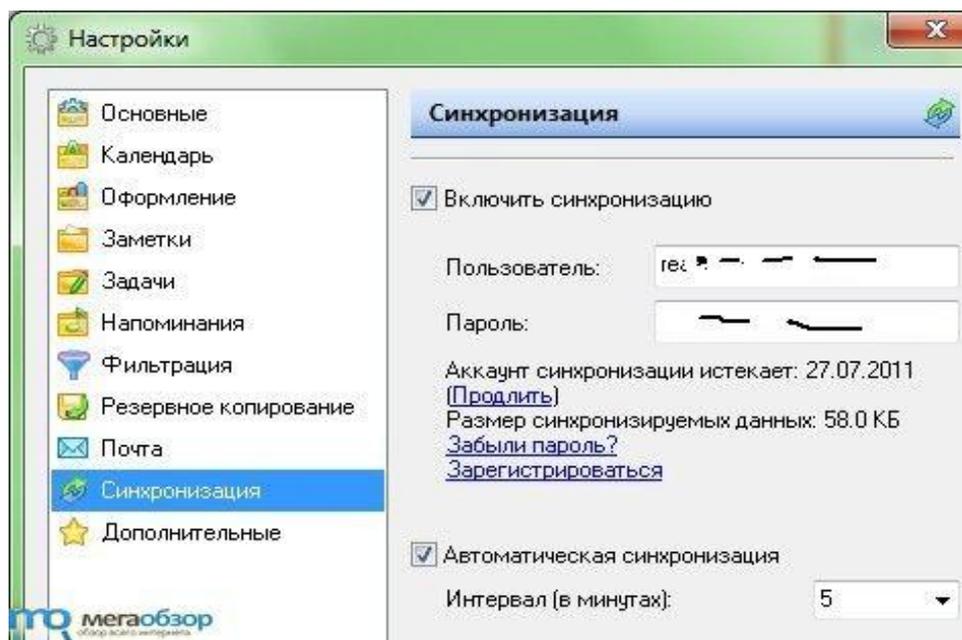


Рис. 2. Фрагмент меню «Синхронизация данных»

Внедрение корпоративного стандарта планирования и бюджетирования времени поможет высвободить в графике руководителей и менеджеров, в зависимости от должности, в пределах трех-шести часов в неделю, уходящих раньше на не производительные расходы в планировании и организации встреч. Что равно примерно 10 % фонда оплаты труда. При том, что увеличение эффективности управления за счет прозрачности времени и трудовых затрат составляет от 10 до 25 % [9].

Внедрение корпоративного тайм-менеджмента дает ощутимое увеличение эффективности работы: уменьшаются сроки выполнения заданий, гораздо лучше используется трудовое время, снижаются риски просрочек и сопряженных с этим финансовых и репутационных потерь и других издержек (рис. 3). Достижимая автоматизацией точность и ясность в постановке задач и передаче информации дает возможность реагирования на непредвиденные обстоятельства, избежать беспорядка и нестыковок в командной работе.

Планировщик задач LeaderTask является оптимальным, ввиду перечня таких индивидуальных качеств как:

- автономный режим (позволяет получить доступ к задачам, поручениям, проектам даже при отсутствии Интернета);
- частное облако хранения данных (сервис, где будут находиться все рабочие данные в зашифрованном виде);
- поддержка основных систем тайм-менеджмента (таких как система Стивена Кови и т.д.);
- возможность визуального выделения задач.

Помимо тех качеств, которые были перечислены программа LeaderTask совершенно бесплатный менеджер и поддерживается всеми текущими платформами и устройствами.

Планировщики задач на текущий момент времени – это основной инструмент менеджера в современной организации, который позволяет ему максимизировать результат своей деятельности и минимизировать количество затраченных ресурсов на принятие того или иного управленческого решения.

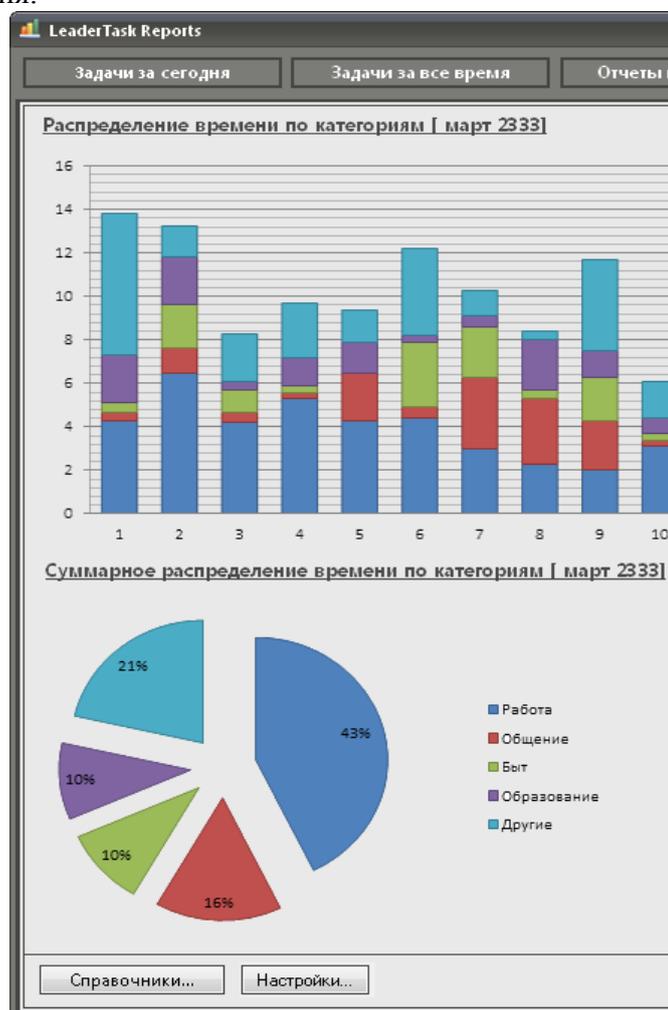


Рис. 3. Распределение времени в LeaderTask

Таким образом, использование разнообразных возможностей таких программных продуктов как LeaderTask и аналогичных ему открывают широкие горизонты по оптимизации плановой работы муниципальных служащих на различных временных горизонтах и позволяет разумно подходить к управлению таким невозобновимым ресурсом как время.

Литература:

1. Архангельский, В.А. Корпоративный тайм-менеджмент: Энциклопедия решений/ В.А. Архангельский. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. – 168 с.
2. Архангельский, В.А. Тайм-менеджмент: Полный курс. Учеб. пособие / Под. ред. Г.А. Архангельского. – М.: ДС Маркет, 2014. – 311 с.
3. Веснин, В.Р. Менеджмент в вопросах и ответах: учебное пособие/ В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2011. – 176 с.
4. Зайверт, Л. Если спешишь – не торопись: новый тайм-менеджмент в ускорившемся мире: семь шагов к эффективности и независимости в использовании времени / Л.Й. Зайверт; перевод с немецкого Н.С. Сироткина. – М.: Интерэксперт, 2011. – 255 с.

5. Моргенстерн, Д. Тайм менеджмент. Искусство планирования и управления своим временем и своей жизни / Д. Моргенстерн. – М.: Добрая книга, 2015. – 256 с.
6. Мрочковский, Н. Экстремальный тайм-менеджмент / Н. Мрочковский, А. Толкачев. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 210 с.
7. Шапарь, В.Б. Этика и психология менеджмента: учеб. пособие / В.Б. Шапарь, В.Н. Мирошниченко. – Ростов н/Д: Феникс, 2012. – 384 с.
8. Шемякина, Т.Ю. Производственный менеджмент: управление качеством (в строительстве): Учебное пособие / Т.Ю. Шемякина, М.Ю. Селивохин. – М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 272 с.
9. Официальный сайт LederTask в Российской Федерации [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.leadertask.ru/>

УДК: 339.137.22

Конкурентоспособность торговых предприятий и их влияние на решение проблем муниципального управления

И.Г. Акчурина¹, И.Д. Столбунец²

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

¹akchern@yandex.ru, ²irinadmitrievna9501@mail.ru

Ключевые слова: конкурентоспособность, торговое предприятие, рынок, конкурентное преимущество, муниципальный бюджет, государственное регулирование, муниципалитет.

Объектом изучения в данной статье является конкурентоспособность. В работе раскрывается сущность конкурентоспособности, анализируется комплекс факторов, оказывающих на нее влияние, и предпринимается попытка оценить значение торгового предпринимательства на решение проблем городского хозяйства. Помимо этого, в статье представлены подходы к оценке степени конкурентоспособности организаций торгового профиля.

Деятельность любого хозяйствующего субъекта протекает в окружении большого количества участников рынка, одни из которых выступают в роли конкурентов, другие – связаны с ним партнерскими отношениями, а третьи также как и сама фирма заинтересованы в увеличении результативности его деятельности.

Наибольшую заинтересованность в подобной ситуации проявляет даже не столько предприятие, сколько государство, которое с одной стороны регулирует деятельность торговых фирм, а с другой, за счет фискальной функции обеспечивает наполняемость бюджета. Соответственно чем выше доходность предприятий торговой сферы, тем больше сумма поступлений в государственный бюджет. Последние инициативы в области налогового законодательства связанные с введением налога с продаж, который относится к местным налогам, позволяют в качестве получателя выгоды рассматривать и муниципальный бюджет. Следовательно, чем конкурентоспособнее торговая фирма, тем выше ее прибыль, а значит и сумма уплачиваемых налогов в бюджеты разных уровней.

Учитывая, что с 2009 года и по настоящий момент наибольшее количество предприятий сконцентрировано в сферах «Оптовой и розничной торговли» и «Бытовые услуги» актуальность вопросов повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов в данных отраслях становятся очевидной, поскольку повышает возможности, как самих фирм, так и муниципалитетов при решении проблем местного уровня [1, с. 286-291].

Конкурентоспособность предприятия – это относительная характеристика, которая выражает степень отличия данного предприятия от конкурентов в сфере удовлетворения потребностей клиентов. Она включает в себя не только качественные и ценовые характеристики производимой и реализуемой продукции, но и предполагает уровень организации, сло-

жившийся на предприятии, а именно уровень менеджмента, системы управления финансами, а также инвестиционной и инновационной составляющих его деятельности [2].

На конкурентоспособность предприятия оказывает влияние большое количество факторов. Среди них наибольшее воздействие имеют конъюнктура рынка, степень конкуренции, испытываемая предприятием со стороны других участников рынка, техническая и финансовая оснащенность, уровень внедрения инноваций, мотивация и организационная культура работников.

Конкурентоспособность предприятия можно охарактеризовать как потенциально возможный уровень торгового предприятия, который состоит из таких составляющих, как [3]:

1) способности получать реальную оценку ожиданий потребителей, а также изучать потребительское поведение;

2) способность организации производства продукции, посредством которого будут удовлетворены ожидания потребителей, как наиболее полезного товара по соотношению «цена-качество»;

3) способность проводить эффективную маркетинговую стратегию;

4) способность создавать условия для снижения затрат на производство продукции;

5) способность планирования, организации и реализации эффективной стратегии в сфере производства и маркетинга с помощью внедрения инноваций;

6) создание и развитие высокого кадрового потенциала, как на исполнительском, так и на управленческом уровнях.

Все вышеперечисленные составляющие дают возможность предприятию повысить эффективность его деятельности, снизить удельные затраты на финансовом, сырьевом, а также других рынках, что неизбежно отражается на цене продукции и, соответственно, на прибыли.

Таким образом, конкурентоспособность предприятия можно охарактеризовать как понятие «потенциал и его использование».

Факторы, определяющие конкурентоспособность торгового предприятия представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Факторы, определяющие конкурентоспособность торгового предприятия

К внешним факторам, от которых зависит конкурентоспособность предприятия, принято относить [3]:

- экономический уровень развития региона, отрасли и страны в целом;
- государственное правовое регулирование;
- государственные меры по поддержке предприятий малого и среднего бизнеса;
- налоговые ставки;
- режимы экспорта и импорта;
- процентные ставки на заемные средства;
- инструменты системы стандартизации и сертификации;
- наличие и возможности доступа к необходимым ресурсам;
- климатические условия;
- тип конкурентной среды.

Что касается внутренних факторов конкурентоспособности предприятия, то укрупненно их можно разделить на 5 групп (см. рисунок): структурные, ресурсные, технические, управ-

ленческие и экономические [3].

К структурным факторам конкурентоспособности фирмы следует отнести:

- организационную структуру предприятия, от которой зависит эффективность организационного взаимодействия структурных элементов фирмы и эффективность принимаемых управленческих решений;
- качество производственной структуры предприятия, от которой зависит способность фирмы тиражировать продукцию или предоставлять услуги с заданным уровнем качества, т.е. обеспечивать его стабильность.

Ресурсные факторы конкурентоспособности предприятия подразумевают:

- эффективное использование всей совокупности имеющихся у него ресурсов;
- налаживание долгосрочных и взаимовыгодных отношений с поставщиками материальных, финансовых и технологических ресурсов и их конкурентоспособность;
- доступ к качественному сырью.

Говоря о технических факторах обеспечения конкурентоспособности фирмы в первую очередь следует обращать внимание на:

- качество производимых товаров и оказываемых услуг;
- патентную защиту и чистоту товаров.

Управленческие факторы, способствующие повышению конкурентоспособности фирмы предполагают концентрировать усилия руководства на вопросах связанных с:

- профессиональной пригодностью и компетенцией персонала и построением программ их развития;
- формирование продуманной конкурентной стратегии организации.

Экономические факторы включают в себя:

- показатели рентабельности продукции, производства, капиталовложений и продаж;
- скорость оборачиваемости всех видов материальных ресурсов на предприятии;
- финансовую устойчивость торгового предприятия в условиях рыночных отношений.

Таким образом, можно сказать, что основными преимуществами фирмы в конкурентной борьбе, могут выступать [3]:

- 1) эффективное использование трудовых и производственных ресурсов технического и маркетингового потенциала;
- 2) стимулирование спроса на товары (услуги) фирмы;
- 3) минимизация издержек на производство, продвижение и реализацию товаров (услуг) при повышении их качества;
- 4) минимизация предпринимательского риска, путем адаптации предприятия к рыночным условиям;
- 5) соответствующая правовая защита.

Поскольку конкурентоспособность фирмы представляет собой определенные преимущества по отношению к другим фирмам той же отрасли, она может оцениваться только в рамках группы фирм, которые относятся к одной сфере деятельности, либо выпускают аналогичные товары (оказывают услуги).

В силу того, что конкурентоспособность предприятия – это относительное понятие: одна и та же фирма в рамках региональной отраслевой группы может быть признана конкурентоспособной, а в рамках отраслей мирового рынка или его определенного сегмента – нет. Оценка степени конкурентоспособности, то есть выявление характера конкурентного преимущества фирмы по сравнению с другими фирмами, заключается в выявлении предприятия-лидера в отрасли, стране или за ее пределами. Такое предприятие должно обладать определенными параметрами, такими как [4]:

- соизмеримостью характеристик выпускаемой продукции и удовлетворяемых ею потребностей;
- соизмеримостью сегментов рынка, для которых предназначена выпускаемая продукция;
- соизмеримостью фазы жизненного цикла, в которой функционирует фирма.

В том случае, если данные условия не соблюдаются, сравнение будет не точным.

Следовательно, конкурентное преимущество одного предприятия над другим может быть оценено в том случае, когда оба торговых предприятия удовлетворяют аналогичные потребности покупателей, которые относятся к родственным сегментам рынка.

Самым сложным является оценка степени конкурентоспособности, то есть выявление характера преимущества перед конкурентами. Данная оценка включает в себя три этапа: обеспечение сопоставимости сравниваемых показателей, выбор критериев продуктивности использования ресурсов и анализ рынка [5].

В рамках обеспечения условий сопоставимости следует обращать внимание на:

- характеристики производимой продукции в зависимости от идентичности удовлетворяемых потребностей;
- сегменты рынка и целевые аудитории, для которых предназначена производимая продукция;
- фазы жизненного цикла, в которых находится организация;

Выбор критериев продуктивности использования ресурсов предполагает наибольшую отдачу и как следствие наибольший результат, который приходится на единицу совокупных ресурсов, которыми располагает фирма. Такими показателями служит рентабельность и объем реализации продукции. На первых стадиях жизненного цикла организация может осуществлять свою деятельность на основе принципа безубыточности или увеличения доли на рынке. При этом рентабельность может не изменяться, а степень конкурентоспособности при этом возрастать за счет формирования благоприятного имиджа фирмы в глазах потребителей.

Отсюда следует, что преимущество перед конкурентами, которое заключается в продуктивности использования ресурсов, может оцениваться за длительный период, в течение которого будут достигнуты не тактические цели организации, а стратегические.

Говоря о возможностях анализа рынка, следует учитывать сложности связанные с недостатком, а иногда и с полным отсутствием доступа к информации о деятельности конкурентов. Дефицит полной и достоверной информации может создать у руководства предприятия ошибочное мнение о превосходстве над конкурентами и тем самым привести к ослаблению усилий, связанных с поддержкой необходимого уровня конкурентного преимущества своего предприятия.

В настоящее время, для того чтобы фирма была конкурентоспособной, требуются абсолютно новые подходы к организации производства и управления. Для решения данной проблемы, в первую очередь, новые подходы нужны в инвестиционной политике, при проведении на предприятии технического усовершенствования, в процессе внедрения новой техники и технологий. Конкурентоспособность предприятия зависит от ряда факторов, которые можно считать компонентами конкурентоспособности. Данные факторы условно можно разделить на три основные группы [6]:

1. технико-экономические, которые охватывают такие элементы как качество, цена и затраты потребителя на приобретение, эксплуатацию или потребление продукции либо услуги;
2. коммерческие, включают в себя следующие переменные:
 - конъюнктуру рынка, т.е. соотношение спроса и предложения, особенности рынка, влияющие на формирование платежеспособности спроса на данную продукцию (услугу) и др.;
 - спектр сервисных услуг по послепродажному обслуживанию клиентов (наличие дистрибьюторских и дилерских пунктов изготовителя, центров обслуживания в регионе покупателя, качество технического обслуживания, ремонта и других предоставляемых услуг);
 - рекламу, т.е. наличие эффективной рекламы и других средств воздействия на потребителя с целью повышения спроса;
 - престиж организации (популярность торговой марки, репутация);
3. нормативно-правовые факторы, которые с одной стороны включают требования технической, экологической и другой безопасности при использовании товара, а с другой – патентно-правовые требования. В случае если товар не соответствует требованиям действующим

щих стандартов и законодательства, то он не может быть реализован на рынке. В связи с этим оценка этой группы факторов и компонентов с помощью коэффициента соответствия нормативам нецелесообразна.

Высокая конкурентоспособность фирмы гарантирует получение высокой прибыли в рыночных условиях. При этом предприятие имеет цель достичь высокого уровня конкурентоспособности.

В связи с этим перед любой организацией встает проблема стратегического и тактического управления развитием способности предприятия выживать в изменяющихся рыночных условиях. Управление конкурентоспособностью включает в себя совокупность мер по систематическому совершенствованию производства товара, постоянному поиску новых каналов сбыта, привлечению новых групп потребителей, улучшению процесса обслуживания, а также повышению эффективности рекламы [6].

Подводя итог можно смело утверждать, что обеспечение высокой конкурентоспособности предприятий торговой сферы – это путь к повышению качества жизни, как для сотрудников торгового предприятия, так и для населения региона в целом.

Литература:

1. Акчурина И.Г., Абрамова А.С. Анализ сфер и динамики деловой активности малых предприятий Иркутской области/ Экономические исследования: анализ состояния и перспективы развития (экономика регионов: тенденции развития): монография/ [А.С. Абрамова, И.Г. Акчурина, Л.Е. Алтынбаева и др.]; под общей ред. проф. В.А. Катунина. – Книга 35. – Воронеж: ВГПУ; Москва: Наука: информ; 2015. – С. 284-296.
2. Финансовая энциклопедия. Конкурентоспособность [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.financialguide.ru>
3. Горфинкеля В.Я., Швандара В.А. Экономика предприятия: Учебник для вузов.- 4-е изд., перераб. и доп.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.- 670 с.
4. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика – М.: Центр экономики и маркетинга, 2011. – С.131
5. Философова Т.Г., Быков В.А. Конкуренция и конкурентоспособность.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - С. 210.
6. Болодурина В.А. Оценка конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://research-journal.org/economical/metody-ocenki-konkurentosposobnosti-predpriyatiya>

УДК: 330.322.4; 332.133.44

Инвестиционный паспорт города: методы определения приоритетности инвестиционных проектов

И.Г. Акчурина¹, Д.Г. Терешина²

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

¹akchern@yandex.ru, ²tereshina.dariya@mail.ru

Ключевые слова: инвестиционный паспорт, инвестиционный проект, инвестиции, региональная экономика, инвесторы, муниципальное образование, инвестиционная привлекательность.

В статье рассматривается инвестиционный паспорт муниципального образования города Братска как основной инструмент повышения инвестиционной привлекательности и инвестиционной активности рассматриваемой территории. Целью статьи является определение критериев отбора инвестиционных проектов, оценка результатов внедрения инвестиционного паспорта. В

статье раскрываются алгоритм формирования инвестиционного паспорта города, правовые основы паспортизации, а также приоритетные направления развития города, стоящие перед муниципальным образованием в соответствии с действующим инвестиционным паспортом.

В настоящее время приоритетной задачей территориального развития России является создание стабильной экономики. Привлечение инвестиций в региональную экономику становится важнейшим и первоочередным пунктом при формировании программ, определяющих стратегию развития каждой области, республики и края. В последние 5-7 лет основным инструментом повышения привлекательности территорий и инвестиционной активности выступают инвестиционные паспорта муниципальных образований.

Инвестиционный паспорт представляет собой информационный бюллетень, предназначенный для широкого круга потенциальных инвесторов и описывающий ресурсы и возможности муниципального образования по поддержке и реализации инвестиционных проектов [1].

Поскольку, в силу инновационного характера инструмента, нормативно-правовая база для него детально не проработана, паспортизация муниципальных образований осуществляется каждым субъектом территориального управления индивидуально и в совершенно уникальной структуре. В соответствии с «Рекомендациями по подготовке стратегий инвестиционного развития муниципальных образований (МО) и паспортов инвестиционной привлекательности» в самом общем виде паспорт должен включать в себя следующие основные блоки [2]:

- 1) общие сведения о муниципальном образовании;
- 2) показатели социально-экономического развития муниципального образования (основные отрасли промышленности, занятость, бюджет и т.п.);
- 3) состояние инвестиционной инфраструктуры: производственной, инженерной, научно-образовательной, социальной, гостиничной, транспорта, телекоммуникаций, финансового сектора, рынка недвижимости;
- 4) ресурсы, имеющиеся на территории муниципального образования (природные, трудовые, финансовые и т.п.);
- 5) перспективы и концепция развития муниципалитета, прогнозные характеристики;
- 6) описание площадей для реализации инвестиционных проектов;
- 7) нормативно-правовую поддержку инвестиционных проектов и предложений;
- 8) процедуры, связанные с реализацией инвестиционных проектов;
- 9) предложения по инвестиционным проектам, уже имеющимся в городе, и предложения для стороннего софинансирования;
- 10) контактную информацию.

Именно эти разделы инвестиционного паспорта являются наиболее востребованными со стороны инвесторов.

В целях создания благоприятных условий для притока инвестиций в экономику города Братска, повышения качества информирования потенциальных инвесторов об инвестиционном потенциале и имеющихся в нем возможностях администрация муниципального образования города Братска Постановлением № 2380 от 31.10.2012 утвердила Положение об инвестиционном паспорте муниципального образования города Братска. Уполномоченным органом по осуществлению подготовки проекта инвестиционного паспорта города Братска является комитет экономического развития администрации города Братска.

Инвестиционный паспорт города Братска представлен в следующих форматах [3]:

- печатная книга на русском и английском языках, ежегодно издаваемая в соответствии с заданной структурой;
- сайт инвестиционного паспорта города Братска – электронная версия документа.

Структура инвестиционного паспорта города Братска в обобщенном виде представлена на рисунке 1 [3].

В соответствии с «Рекомендации по подготовке стратегий инвестиционного развития муниципальных образований и паспортов инвестиционной привлекательности» составление

инвестиционного паспорта муниципального образования должно строиться на регулярной основе с целью обновления представляемой информации. Для выполнения данной задачи необходимо [2]:

- организовать периодический сбор достоверной статистической информации о состоянии экономики муниципального образования;
- определить инвестиционную политику на среднесрочную перспективу;
- определить потенциально возможные области и объекты для инвестирования;
- провести SWOT-анализ выбранных областей и субъектов;
- оценить возможные затраты и ожидаемые результаты, а также способы участия администрации.

Руководствуясь перечисленными рекомендациями, информация по разделам и подразделам инвестиционного паспорта формируется на основе показателей социально-экономического развития города Братска по состоянию на 1 января текущего года. Органы администрации города Братска ежегодно представляют в комитет экономического развития информацию в соответствии с разделами и подразделами инвестиционного паспорта города Братска в срок до 1 апреля года, следующего за отчетным. Комитет экономического развития по информации, представленной органами администрации, формирует проект инвестиционного паспорта города Братска и организует его печать в срок до 1 июля года, следующего за отчетным [3].

Следует отметить, что из-за ограниченности финансовых средств перед комитетом экономического развития администрации города Братска нередко встает вопрос о необходимости отбора инвестиционных проектов для первоочередного финансирования.



Рис. 1. Структура инвестиционного паспорта города Братска

В практике финансового менеджмента существует несколько методик определения приоритетности инвестиционных проектов [4, 5]:

- по времени окупаемости проекта, т.е. времени, которое потребуется для восстановления инвестиций, вложенных в проект. Критерий окупаемости является простой и широко распространенной методикой определения приоритетности проекта. Основные ограничивающие обстоятельства модели окупаемости состоят в том, что она не учитывает изменение стоимости денег во времени, и рентабельности;
- по коммерческой эффективности – величине, обратной периоду окупаемости (в меся-

цах) инвестиционного проекта;

- по бюджетной эффективности, т.е. по размеру ежегодных налоговых выплат в федеральный и местный бюджеты после выхода предприятия, реализующего проект, на проектную мощность (в млн. руб.);

- по социальной эффективности, т.е. по ежегодным поступлениям в социальные фонды и экономии средств на социальных выплатах, которые выплачивались бы гражданам, если не были бы созданы новые рабочие места (в млн. руб.);

- путем поиска приоритетных проектов среди всех представленных. Он часто применяется на практике при разработке федеральных программ. При этом подходе возникает задача упорядочения определенным образом всех инвестиционных проектов программы в порядке убывания «предпочтительности», что позволяет отобрать затем в качестве приоритетных первые из наиболее «предпочтительных» проектов.

Формирование портфеля проектов путем выбора одной или несколькими методиками определения приоритетности проектов представляет собой инструмент контроля за использованием ресурсов и уменьшением риска. Система приоритетов проектов связывает потребности в ресурсах непосредственно с наличием ресурсов.

На сегодняшний день перед муниципальным образованием город Братск в соответствии с действующим инвестиционным паспортом приоритетными направлениями являются:

- 1) социальное развитие города;
- 2) развитие транспортной инфраструктуры;
- 3) развитие застроенной территории.

Приоритетность того или иного проекта определяет инвестиционный совет при администрации города Братска во главе с инвестиционным уполномоченным. В состав инвестиционного совета входят [6]:

- Серебренников С.В. - мэр города Братска, председатель инвестиционного совета;
- Урезалова Л.Н. - заместитель мэра по экономике, заместитель председателя инвестиционного совета;
- Яковлев А.А. - заведующий инвестиционно-аналитическим отделом комитета экономического развития администрации города Братска, секретарь инвестиционного совета;
- Алексеева Т.Е. - председатель комитета финансов администрации города Братска;
- Белокобыльский С.В. - депутат Законодательного собрания Иркутской области;
- Вершинин В.В. - председатель комитета по градостроительству администрации города Братска;
- Демин Э.Ю. - депутат Думы города Братска;
- Дубынин И.М. - первый заместитель мэра, руководитель аппарата администрации города Братска;
- Захаров Р.А. - председатель комитета промышленности и транспорта администрации города Братска;
- Зубакова М.А. - заместитель мэра по социальным вопросам;
- Любенков Г.А. - депутат Законодательного собрания Иркутской области;
- Манушин П.В. – председатель комитета по управлению муниципальным имуществом администрации города Братска;
- Обожина С.Н. – начальник правового управления администрации города Братска;
- Пастушков Н.П. – заместитель мэра по городскому хозяйству и строительству;
- Попова Л.И. – председатель комитета жилищно-коммунального хозяйства администрации города Братска;
- Сапожников А.А. – депутат Думы города Братска;
- Слиган С.И. – заместитель управляющего Братского отделения Иркутского отделения № 8586 ОАО «Сбербанк России»;
- Стельникова Н.Ю. – председатель комитета экономического развития администрации города Братска;
- Шуба В.Б. – член Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации;

- Юшков Н.Н. – заместитель председателя комитета промышленности и транспорта, заведующий отделом охраны окружающей среды.

Основными критериями отбора инвестиционных проектов в работе инвестиционного совета является соответствие инвестиционного проекта основным направлениям социально-экономического развития города Братска и наличие интегрального эффекта, основными составляющими которого являются [6]:

1) бюджетная эффективность, т.е. увеличение доходной части и снижение расходной части бюджетов всех уровней по результатам реализации проекта;

2) социальная эффективность, которая может выражаться в увеличении численности рабочих мест, улучшении условий труда, повышении заработной платы;

3) степень проработки инвестиционного проекта, которая определяется наличием бизнес-плана, подбором площадки, наличием необходимых инвестиций для реализации проекта.

Поддержание открытости и независимости системы является важным условием сохранения ее целостности. Например, информация о том, какие проекты одобрены, какую позицию они занимают, текущий статус проектов помогут избежать обходных путей. Организации, ориентированные на проект, соединяют организационные цели и стратегию с проектами, используя портфель проектов.

Говоря о правовых основах упорядочивания работ по паспортизации муниципальных образований, следует отметить их полное отсутствие. Так в настоящее время существует блок нормативно-правовых актов, регулирующих на федеральном уровне инвестиционную деятельность, основными из которых являются:

- федеральный закон № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25.02.1999 года;

- указ Президента Российской Федерации № 1928 «О частных инвестициях в Российской Федерации» от 17.09.1994 года.

На муниципальном уровне паспортизации способствуют:

- постановление администрации муниципального образования города Братска № 1482 «Об утверждении Перечня инвестиционных проектов 2015-2017 годы» от 04.07.2014 года;

- постановление администрации муниципального образования города Братска № 1630 «Об инвестиционном совете при администрации города Братска» от 07.08.2012 года;

- постановление администрации муниципального образования города Братска N 1379 «Об утверждении Порядка сопровождения инвестиционных проектов, планируемых к реализации и реализуемых на территории муниципального образования города Братска» от 25.06.2014 года.

Разработка инвестиционного паспорта муниципалитета требует организации системы сбора и анализа информации по социально-экономическому развитию, постоянного мониторинга бизнес-среды и инвестиционных предложений, а также создания информационной базы данных по имеющимся инвестиционным объектам.

По оценкам экспертов, основным результатом внедрения инвестиционного паспорта является привлечение инвестиций в район, рост объемов производства и, как следствие, рост налогооблагаемой базы и отчислений в местный бюджет [2].

Необходимо отметить, что инвестиционный паспорт является важным элементом, способствующим привлечению инвестиций и снижению безработицы. Однако наличие только инвестиционного паспорта при неблагоприятном бизнес-климате не может увеличить приток инвестиций. Равно как и благоприятный климат сам по себе при условии, что инвесторы об этом слабо проинформированы, также не усиливает инвестиционную активность.

Таким образом, только комплекс мероприятий, включающий в себя разработку инвестиционного паспорта, работу администрации с инвесторами, формирование благоприятного бизнес-климата способствуют изменениям в экономике муниципального образования.

Литература:

1. Жихарев К.Л. Создание инвестиционного паспорта муниципального образования [Электронный ресурс] Российский экономический интернет-журнал <http://www.e-rej.ru/Articles/2008/Zhiharev25.pdf> (дата обращения 16.04.2017).
2. Рекомендации по подготовке стратегий инвестиционного развития муниципальных образований и паспортов инвестиционной привлекательности. – ТПП РФ-М, 2012. – 18 с.
3. Постановление администрации муниципального образования города Братска от 31.10.2012 N 2380 «Об утверждении Положения об инвестиционном паспорте муниципального образования города Братска» // СПС «КонсультантПлюс».
4. Краткий курс лекций по дисциплине «Инновационный менеджмент» [Электронный ресурс] – 02.04.2017. – Режим доступа: http://studme.org/1536050621342/menedzhment/kriterii_otbora_prioritetnyh_proektov.
5. Фетисов Г.Г., Орешин В.П. Региональная экономика и управление: Учебник. – М.:ИНФРА-М, 2006. – 416 с.
6. Инвестиционный паспорт города Братска [Электронный ресурс] – 06.04.2017. – Режим доступа: <http://invest.bratsk-city.ru>

УДК 571.62.21

Приоритетные базовые эколого-экономические индикаторы регионального развития хабаровского края

Е. А. Бахарева

Хабаровский государственный университет экономики и права, ул. Тихоокеанская, 134, Хабаровск, Россия

Ключевые слова: экология, индикаторы, экологическая политика, регион

Статья посвящена оценке реализации экологической политики на уровне региона, представлены результаты расчетов приоритетных базовых эколого-экономических индикаторов развития для Хабаровского края.

В научной литературе существуют различные подходы к определению экологической политики. Рассматривая их, можно сделать вывод, что нет одного общепринятого понятия, экологическая политика рассматривается в разных качествах - нейтрализация ущерба [12], эконоконкурентная борьба [7], обеспечение безопасности окружающей среды [11] и рациональное использование ресурсов [5]. По сути своей это разные направления, которые должны служить достижению одной цели - улучшению состояния окружающей среды.

Кроме того, термин «экологическая политика» варьируется в таких понятиях как механизм, процесс, а также как совокупность норм, правил действий и механизмов.

З.Г. Мирзеханова с соавторами уточняет, что экологическая политика - «система механизмов, действий, норм и правил охраны окружающей среды, рационального использования природных ресурсов, обеспечения экологической комфортности среды для проживания населения, а также использования экологических отношений для решения политических, социальных и экономических задач» [3]. По моему мнению, данное определение рассматривает всё, связанное с экологической политикой в совокупности, но что конкретно авторы понимают под решением политических, социальных и экономических задач не ясно.

В зависимости от реализации экологических целей и задач выделяют различные уровни экологической политики - локальная, региональная, национальная и глобальная (международная). Две последние формируют институциональные основы для региональной экологической политики (РЭП).

Для оценки региональной экологической политики необходима количественная оценка индикаторов РЭП, поскольку это даст возможность обладать необходимой базовой информацией для коррекции процессов планирования и принятия управленческих решений [5]. В последние годы количественные индикаторы стали использоваться по выбираемым в каждом регионе направлениям РЭП, которые позволяют оценивать тенденции экологического состояния в регионе. В основе этих индикаторов в большинстве регионов используются разработанные Минэкономразвития России и Всемирным банком базовые индикаторы устойчивого развития [1]: энергоёмкость, коэффициент обновления основных фондов, выбросы загрязняющих веществ в воздух на единицу ВВП (ВРП), выбросы твердых веществ от стационарных источников, сброс загрязняющих веществ в воду на единицу ВВП (ВРП), количество неиспользованных и не обезвреженных токсичных отходов, площади особо охраняемых природных территорий, не нарушенная хозяйственной деятельностью территория, выбросы парниковых газов.

Эти индикаторы, базируясь на государственной статистике по региону, дают оценку решения экологических задач, т.е. могут являться показателями эффективности РЭП.

Целью статьи является расчет количественных показателей базовых индикаторов для Хабаровского края с использованием данных государственной статистики, провести анализ полученных результатов, выявить недостатки статистической информации.

Ниже представлено описание эколого-экономических индикаторов и ход информационной подготовки их расчета.

1. Энергоёмкость - наиболее распространенный в российских документах энергетический индикатор. Он отражает следующие проблемы устойчивого развития: потребление природных ресурсов, структура экономики, технологический уровень [1]. Для расчета энергоёмкости использовался методический подход, изложенный в [2]. Для Хабаровского края энергоёмкость рассчитывалась как отношение потребления электроэнергии в целом в экономике края к ВРП за 2013 г. (ВРП - 473,7 млрд руб. [8]). Данные для расчёта потребления электроэнергии в Хабаровском крае взяты из Отчета о функционировании ЕЭС России в 2013 году [7, С.14]. Показатель энергоёмкости составил в Хабаровском крае 0,0197 кВт. ч /руб. ВРП.

2. Коэффициент обновления основных фондов отражает следующие проблемы: аварии и катастрофы, экологический ущерб, обновление основного капитала, технологический уровень. Наличие фондов на конец года по Хабаровскому краю составило в 2013 г. 827 млрд руб., поступление основных фондов - 169 млрд руб., соответственно, коэффициент обновления основных фондов – 20,4% [6].

3. Загрязнение окружающей среды отражается рядом показателей:

3.1. Выбросы загрязняющих веществ в воздух на единицу ВВП (ВРП). Общее количество выбросов загрязняющих веществ в государственной статистике по Хабаровскому краю не приводится, поэтому рассчитать удельные выбросы на единицу ВРП не представляется возможным. Приводятся только данные по выбросам загрязняющих веществ в воздух от стационарных источников, они составили 114,3 тыс. т [9, С.40]. Удельный показатель на единицу ВРП составил 0,241 г /руб. ВРП.

3.2. Выбросы твердых веществ от стационарных источников. В 2013 г. они составили 32,6 тыс. т [9, С.40].

3.3. Сброс основных загрязняющих веществ со сточными водами на единицу ВРП. Объем сброса в Хабаровском крае составил 330,99 млн т [9, С.31], что составило 6,99 тонн /руб. ВРП.

4. Количество необезвреженных и неиспользованных токсичных отходов отражает технологический уровень экономики. Этот показатель рассчитывается как разница между общим объемом образовавшихся отходов производства и потребления и их использованием и обезвреживанием, приводимых в статистике [9, С.47], которая составила в 2013 г. 19,8 млн тонн.

5. Сохранение экосистемных функций и биоразнообразия отражаются показателями

площадь особо охраняемых природных территорий (ООПТ) и площади территорий, не нарушенных хозяйственной деятельностью. В официальной статистике Хабаровского края приводятся данные только по площади заповедников - 1699,1 тыс. га [9, С.26]. Общая площадь ООПТ приводится в отраслевом отчете Министерства природных ресурсов Хабаровского края [4], она составляет 6692 тыс. га или 8 % территории края. По показателю «площадь территорий, не нарушенных хозяйственной деятельностью» данных нет.

6. Глобальное изменение климата характеризуется показателем выбросы парниковых газов. Такой показатель в региональной статистике отсутствует.

В таблице 1 представлены итоговые данные по расчету эколого-экономических индикаторов по Хабаровскому краю за 2013 г.

Таблица 1

Базовые эколого-экономические индикаторы по Хабаровскому краю за 2013 г.

Индикаторы	Показатели:
Энергоемкость	0,01973 кВт ч/руб. ВРП
Коэффициент обновления основных фондов	20,4%
Выбросы загрязняющих веществ от стационарных источников в воздух на единицу ВРП	0, 241 г/руб. ВРП
Выбросы твердых веществ от стационарных источников	32,6 тыс. тонн
Сброс загрязняющих веществ в воду на единицу ВРП	6,99 тонн /руб. ВРП
Количество неиспользованных и необезвреженных токсичных отходов	19837,9 тыс. тонн
Площади особо охраняемых природных территорий	6692 тыс. га
Площади территорий, не нарушенных хозяйственной деятельностью	нет данных
Выбросы парниковых газов	нет данных

Проведенные расчеты позволили сделать следующие выводы:

При поиске базовых эколого-экономических индикаторов регионального развития в статистических данных обнаружилось, что:

1) в официальной статистике нет данных для расчета: выбросов парниковых газов, площади территорий, не нарушенных хозяйственной деятельностью, общего объема выбросов загрязняющих веществ;

2) данные по энергоёмкости, сбросам загрязняющих веществ в воду на единицу ВРП, количеству токсичных и необезвреженных отходов требуют самостоятельного расчета, но база для их расчета в статистике есть.

Также стоит отметить, что полученные показатели по загрязнению воды и воздуха, энергоёмкости и обновлению основных фондов являются слишком общими для экономики региона. Для того чтобы получить более полную картину их необходимо посчитать по отраслям экономики. Однако в отраслевом разрезе нахождения данных для расчета не всегда возможно.

Поскольку перечень рассчитываемых индикаторов является базовым, и судя по отсутствию некоторых статистических данных в официальной и отраслевой экологической статистике по Хабаровскому краю, можно сделать вывод, что не все разработанные базовые эколого-экономические индикаторы [1] регион взял в качестве отражающих региональную специфику индикаторов.

Статистика регионов в разных частях России очень дифференцирована, это создает большие проблемы в проведении сравнительного анализа по индикаторам регионов и адекватной сравнительной экологической оценке.

Хабаровскому краю, как и другим регионам, для дальнейшего развития региональной экологической политики, направленной на улучшение экологической обстановки,

необходимо учитывать все базовые эколого-экономические индикаторы, начать вести по ним статистические данные.

Литература:

1 Бобылев С.Н. Индикаторы устойчивого развития: региональное измерение. Пособие по региональной экологической политике. – М.: Акрополь, ЦЭПР, 2007. 60 с.

2 Бобылев С.Н., Аверченков А.А., Соловьева С.В., Кирюшин П.А. Энергоэффективность и устойчивое развитие. - М.: Институт устойчивого развития/Центр экологической политики России, 2010.

3 Воронов Б.А., Мирзеханова З.Г., Нарбут Н. А. Особенности концепции Программы по улучшению экологического состояния г. Хабаровска на 2011-2015 гг. // Вестник ДВО РАН. 2011. № 2. С. 83-87.

4 Государственный доклад о состоянии и об охране окружающей природной среды в хабаровском крае в 2013 г. Хабаровск: ООО «Принт». 2014 .

5 Мирзеханова З.Г. Региональная экологическая политика: содержание и индикаторы реализации отдельных направлений // Вестник ДВО РАН. 2014. № 3. С.77-84.

6 Основные фонды организаций Хабаровского края в 2013 году: статистический бюллетень. Хабаровск : Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Хабаровскому краю, 2014.

7 Отчет о функционировании ЕЭС России в 2013 году. URL: http://soups.ru/fileadmin/files/company/reports/disclosure/2014/ups_rep2013.pdf (дата обращения 29.03.16)

8 Региональные счета Хабаровского края: статистический сборник. Хабаровск : Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Хабаровскому краю, 2015.

9 Состояние окружающей среды Хабаровского края в 2013 г. Статистический сборник. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Хабаровскому краю, 2014.

10 Митченков И.Г. Экологическая политика в контексте социологических подходов исследования. URL: http://science.kuzstu.ru/wp-content/Events/Conference/Other/2014/eko/SE_2014/pages/Articles/Mitchenkov.pdf (дата обращения 04.04.16)

11 Экологическая политика [Электронный ресурс] // Вспомогательный портал ХРОНОС. Понятия и категории URL: <http://ponjatija.ru/node/10450> (дата обращения 04.04.16)

12 Экологическая политика [Электронный ресурс] // PR Теория: Справочник. URL: <http://www.33333.ru/teoriya/glossariy/glossariy.php?st=759> (дата обращения 04.04.16)

УДК 351

Взаимодействие власти и бизнеса: необходимость сотрудничества и взаимная обусловленность

Е.А. Вакулюк¹, С.Н.Леонов

Хабаровский государственный университет экономики и права, ул. Тихоокеанская,134, Хабаровск, Россия

¹kyurlo@mail.ru

Ключевые слова: взаимодействие, власть, предпринимательство, оценка регулирующего воздействия

Стабильное экономическое развитие невозможно без эффективного взаимодействия власти и

бизнеса. Взаимная обусловленность сторон определяет необходимость обеспечения максимально благоприятных условий для бизнеса и сбалансированности государственной политики. В настоящее время практика организации взаимодействия предполагает несколько инструментов, в том числе и институт оценки регулирующего воздействия.

В настоящее время в деятельности органов исполнительной власти особое внимание уделяется вопросам организации эффективного взаимодействия с бизнесом. Данная тематика обсуждается на заседаниях советов, комиссий, рабочих групп, создаются отдельные инструменты, предполагающие совместную деятельность власти и бизнеса, для организации диалога на предприятиях нередко назначаются конкретные сотрудники, либо создаются для этих целей специальные службы.

В современном толковом словаре русского языка понятие "взаимодействие" определяется как воздействие различных предметов, явлений действительности друг на друга, обуславливающее изменения [1].

Власть и бизнес в настоящее время как два основных экономических агента находятся в процессе непрерывного воздействия друг на друга [2]. Вместе с тем, основные цели деятельности таких агентов значительно разнятся: для государства - стремление к исполнению социальных функций и повышению качества жизни населения, для бизнеса – это непосредственно максимизация прибыли. Негативным результатом разрозненности целей становится ухудшение социально-экономического состояния общества, в чем не заинтересованы ни власть, ни бизнес.

Мы согласны с Л.Н. Айрапетяном [3], отмечавшим, что взаимодействие властных и предпринимательских структур - это сотрудничество, прежде всего, органов власти всех уровней и бизнеса, а, именно, предпринимателей, предпринимательских объединений, союзов, ассоциаций, основанное на осуществлении определенных действий каждого из субъектов в направлении другого, и удовлетворяющее принципу баланса интересов взаимодействующих сторон. Принцип баланса интересов в такой модели сотрудничества понимается как обеспечение возможности достижения каждой из сторон своих целей, то есть ситуации, при которой действия (бездействия) органов власти будут способствовать развитию предпринимательского сектора, а, собственно, предпринимательский сектор не будет стремиться уйти в теневой сектор экономики.

При рассмотрении поставленной темы необходимо учитывать не только принцип баланса интересов сторон, но и аспект взаимной обусловленности власти и бизнеса. Государство определяет правила игры в той или иной сфере, формируя деловой и инвестиционный климат, обеспечивая привлекательность территорий, чем существенно меняет направления развития отдельных отраслей и экономики в целом и, соответственно, условия ведения деятельности хозяйствующих субъектов. Бизнес, несомненно, влияет на реализацию отдельных социальных функций, как непосредственно, при вовлечении экономически активного населения в процесс создания и реализации благ, так и опосредованно при формировании доходной части бюджетов бюджетной системы России.

Таким образом, развитие предпринимательского сектора невозможно без эффективного, открытого, предсказуемого государственного регулирования, а обеспечение государством социальных функций невозможно без развитой экономики, основой которой служит бизнес. Только совместными усилиями можно обеспечить единое экономическое пространство, сформировать средний класс как политическую опору государства и основу платежеспособного спроса, повысить авторитет страны на международной арене.

В современных условиях кризисной экономики [4], взаимообусловленность власти и бизнеса наиболее отчетливо просматривается на региональном уровне. Для примера в табл. 1 приведены данные об отдельных составляющих статей доходов консолидированного бюджета Хабаровского края, отражающие влияние предпринимательства на наполняемость бюджета, путем зачисления налога на прибыль организаций, акцизов по подакцизным товарам, налога, взимаемого в связи с применением упрощенной системы налогообложения, единого сельскохозяйственного налога, налога на имущество организаций, на игорный биз-

нес, налога на добычу полезных ископаемых, сборов за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов, а также частично транспортного налога и государственной пошлины.

Таблица 1

Доля поступления от предпринимательского сектора при формировании консолидированного бюджета Хабаровского края (данные на 01 января текущего года, млн. рублей)

№ п/п	Наименование показателя	2014	2015
1	Налоговые доходы	49068,6	53686,9
1.1.	Налог на прибыль организаций	11366,2	9769,1
1.2.	Налог на доходы физических лиц	18590,7	23100,5
1.3.	Акцизы по подакцизным товарам	6299,7	6252,0
1.4.	Налог, взимаемый в связи с применением упрощенной системы налогообложения	1932,4	2403,4
1.5.	Единый сельскохозяйственный налог	0,6	1,1
1.6.	Налог на имущество организаций	8670,7	9410,5
1.7.	Транспортный налог итого	554,6	945,1
1.8.	Налог на игорный бизнес	1,8	2,2
1.9.	Налог на добычу полезных ископаемых	1442,2	1344,9
1.10.	Сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов	126,9	147,2
1.11.	Государственная пошлина	82,7	82,5
2	Доходы бюджета, сформированные предпринимательским сектором	29840,7	29558,4
	Доля поступлений бюджета, сформированная предпринимательским сектором, в сумме налоговых доходов, %	61	55

Источник: рассчитано по данным [5]

Так, как видно из данных таблицы 1, в 2014 – 2015 гг. предпринимательским сектором Хабаровского края на 55 – 61% были сформированы налоговые поступления консолидированного бюджета региона, при этом, наиболее значительными по объему являлись поступления от налога на прибыль организаций, налога на имущество организаций, а также акцизы по подакцизным товарам. Учитывая тот факт, что бизнес обеспечивает занятость граждан, тем самым косвенно формируя и налоговые поступления по статье «налог на доходы физических лиц», необходимо отметить значимость вклада бизнеса в формирование доходной части бюджета и посредством отчисления по этой налоговой статье.

Исходя из вышеизложенного, следует отметить зависимость регионального бюджета от уровня развития предпринимательства, а, следовательно, и заинтересованность региональных органов власти в развитии предпринимательского сектора. Региональными органами власти применяется широкий круг стимулирующих мер, в том числе налоговые льготы, государственные гарантии, льготное кредитование, предоставление субсидий на развитие наиболее уязвимых, приоритетных направлений и так далее.

Анализ нормативно-правовых актов Хабаровского края, регламентирующих формы государственной поддержки и порядка их предоставления позволяет выделить два основных блока форм поддержки: экономические, базирующиеся на материальной поддержке, и организационные, для которых больше свойственны меры поддержки морального характера (см. табл. 2). Нередко данные формы применяются вместе, в том числе в случаях, направленных на стимулирование территорий опережающего социально – экономического развития, госу-

дарственно–частного партнерства, малого, среднего и инновационной бизнеса.

Таблица 2

Формы государственной поддержки
субъектов предпринимательской деятельности в Хабаровском крае

Экономические формы	Организационные формы
- возмездные/безвозмездные - компенсационные или на развитие бизнеса - прямые и косвенные	- правовые - консультационные - информационные - административные

Несмотря на предпринимаемые в крае усилия, тенденции развития предпринимательского сектора в регионе неоднозначны: численность индивидуальных предпринимателей в 2014 г. сократилась, что соответствует общероссийской динамике, при этом, количество юридических лиц частной формы собственности и в 2013 г., и в 2014 г. увеличивалось (см. табл 3).

Таблица 3

Численность предпринимателей

	Значение показателя, шт.			В % к предыдущему году	
	2012	2013	2014	2013	2014
Численность индивидуальных предпринимателей, осуществляющих предпринимательскую деятельность					
Российская Федерация	2 602 308	2 499 043	2 413 793	96,0	96,6
Хабаровский край	19 776	21 344	18 962	107,9	88,8
Количество юридических лиц					
Российская Федерация					
- всего (по всем формам собственности)	89 868	92 242	86 462	102,6	93,7
- частная собственность	41 761	44 319	46 131	106,1	104,1
Хабаровский край					
- всего (по всем формам собственности)	672	768	723	114,3	94,1
- частная собственность	354	428	429	120,9	100,2

Источник: составлено по данным [6]

На основе представленных в таблице 3 данных, можно сделать вывод об эффективности отдельных мер государственной поддержки. Вместе с тем, необходимо отметить, что базовым инструментом государства, позволяющим определять направления развития, стимулировать или же сдерживать предпринимательскую активность, является нормативное правовое закрепление регулирования конкретной сферы деятельности. Налоговые сборы, льготы, преференции, формы государственной поддержки, административные процедуры невозможно применить к субъектам правоотношений, в том числе, к субъектам предпринимательской деятельности без соответствующего нормативного правового акта. В связи с чем, четкость и качество действующего регулирования прямо влияет на все аспекты жизнедеятельности бизнеса.

Начиная с 2010 г. в России, а с 2014 г. в регионах нормотворческая деятельность осуществляется в соответствии с требованиями института оценки регулирующего воздействия (ОРВ) – комплекса методик и процедур, направленных на определение проблем и требуемого результата регулирования. Данный подход нацелен на обеспечение взаимодействия власти

и бизнеса при принятии и осуществлении регуляторных решений.

Все проекты нормативных правовых актов, регламентирующие деятельность субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности, подлежат ОРВ с точки зрения обоснованности и необходимости их принятия, с учетом альтернативных вариантов решения проблем и анализа круга потенциальных адресатов регулирования, изменения их обязанностей, ограничений и ответственности, а также необходимости несения дополнительных издержек.

Институт ОРВ так же позволяет оценить действующее регулирование и в случае наличия отзывов о наличии в нем положений, затрудняющих ведение предпринимательской и инвестиционной деятельности, проводится детальная оценка соответствующего нормативного правового акта.

Ключевой особенностью самого института ОРВ является взаимодействие в ходе публичных консультаций с экспертным сообществом, а именно, с непосредственными адресатами регулирования, представителями ассоциаций, союзов предпринимателей, научных кругов. Экспертная оценка предлагаемого и действующего регулирования позволяет своевременно скорректировать нормативные правовые акты и их проекты и обеспечить эффективность регулирования, что в свою очередь способствует балансу интересов бизнеса и государство.

Литература:

1. Современный толковый словарь русского языка Ефремовой / Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova> (дата обращения 15.09.2016).

2. Семкина О.С., Леонов С.Н. Эффективная организация взаимодействия бизнес-сообществ и органов власти // Вестник университета (Государственный университет управления), 2015, № 12, с.270-275.

3. Айрапетян Л. Н. Взаимодействие власти и бизнеса при разработке и реализации целевых программ. Диссертация на соискание ... к.э.н. / Режим доступа: <http://diss.fa.ru> (дата обращения 20.08.2016).

4. Леонов С.Н. Анализ условий стратегического развития Дальнего Востока России после кризиса // Вестник Тихоокеанского государственного университета, 2011, №1, с.159-168.

5. Официальный сайт министерства финансов Хабаровского края – Портал управления общественными финансами / Режим доступа: <https://minfin.khabkrai.ru/portal/Menu/Page/1> (дата обращения 15.09.2016).

6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики / Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 15.09.2016).

УДК 332.146

Основные инструменты территориального маркетинга и подходы к его развитию

М. А. Дубровина¹, И.Г. Акчурина²

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

¹duma781@rambler.ru, ²akchern@yandex.ru

Ключевые слова: *территориальный маркетинг; комплекс средств территориального маркетинга; субъекты маркетинга; региональный товар; продвижение территории.*

В данной статье авторами раскрыта сущность территориального маркетинга, проанализированы его основные цели, задачи и функции. Выделены особенности реализации маркетинговой стратегии региона, а также теоретически обоснован комплекс средств и инструментов территориального маркетинга.

На сегодняшний день подходы, представляющие регион (территорию) как производителя, ориентированного на потребителей, на развитие их спроса в отношении реальных ресурсов и потенциала являются более продуктивными в реализации, чем подходы, фактически концентрирующие внимание региона исключительно на самом себе.

Территориальный маркетинг предполагает планомерное и системное изучение состояния и тенденций развития территорий для принятия рациональных решений в рамках формирования имиджа и поддержки престижа территории в целом, а также привлекательности территориальных ресурсов производства и возможностей их реализации [1, с.53].

Однако, следует отметить, что из-за относительной новизны рассмотрения территории через «призму» инструментов маркетинга, в немногочисленных публикациях по данному вопросу наблюдаются существенные расхождения трактовки этого понятия. Отсюда – путаница в содержательном наполнении термина и даже в его целевой ориентации. Одни авторы, считают, что территориальный маркетинг – это «маркетинг, осуществляющийся на уровне региона, отражающий и впитывающий в себя специфику и особенности того или иного региона» [3, с. 324]. Другие акцентируют внимание на том, что маркетинг территории (в частности, города) призван улучшить её имидж, привлечь промышленников, заставить говорить о себе [2, с.103].

Несомненно, что «*территориальный маркетинг* - это маркетинг в интересах территории, её внутренних субъектов, а также тех внешних субъектов, во внимании которых заинтересована территория». В связи с этим можно выделить [4, с.23]:

- маркетинг территории, объектом внимания которого выступает территория в целом, осуществляется как внутри, так и за её пределами;
- маркетинг на (внутри) территории, объектом внимания которого являются отношения по поводу конкретных товаров, услуг и др., осуществляется в пределах территории.

По уровням объектов маркетинг территории подразделяется на:

- маркетинг страны;
- маркетинг региона;
- маркетинг города;
- маркетинг локальных мест.

Маркетинг страны ориентирован на улучшение (поддержание) ее имиджа, ее конкурентоспособности и притягательности для других стран, их хозяйствующих субъектов, других социальных институтов и населения, престижа в международных организациях [4, с. 51-150].

Основной особенностью маркетинга региона выступает такой инструмент как *региональный товар*, который с одной стороны, приносит доход территории, а с другой – продвигает регион на внешних по отношению к нему рынках.

В маркетинге городов и других более локальных территорий особую роль играют жилищно-коммунальные услуги, в значительной мере определяющие качество и стоимость жизни. Внедрение маркетингового подхода к управлению жилищно-коммунальным хозяйством становится возможным по мере того, как потребитель получает возможность выбора количества и качества оказываемых услуг при условии соответствующей оплаты [1, с. 55].

Разделение содержания маркетинга территорий наиболее продуктивно производить по критерию нахождения интересующихся территорией субъектов.

К числу основных *субъектов маркетинга* в любой сфере деятельности относятся производители того или иного продукта (товаров, услуг и др.), его потребители (покупатели, пользователи) и посредники. Участвовать в маркетинговых отношениях и действиях также могут органы управления, целые сферы экономики (например, торговля), средства массовой информации, учебные и научные учреждения, организации и их системы. Наиболее активными участниками маркетинговых отношений традиционно выступают производители продуктов, а субъектами, пользующимися особым вниманием к себе – потребители.

Субъектами, активно осуществляющими продвижение территорий, выступают территориальные органы власти и управления, местные экономические агентства развития, туристические операторы и любые другие структуры, локализованные на территории и проявляющие активность с целью привлечения внимания к ней возможных потребителей и удержания уже присутствующих.

Ведущей целью этих субъектов маркетинга территорий выступает создание, поддержание или изменение мнений, поведения субъектов-потребителей. Более конкретными целями в этом отношении являются [4, с. 23]:

- притягательность, престиж территории (места) в целом;

- привлекательность сосредоточенных на территории природных, материально-технических, финансовых, трудовых, организационных, социальных и других ресурсов, а также возможностей реализации и воспроизводства таких ресурсов.

Для реализации своей целевой ориентации маркетинг территорий вырабатывает комплексы мер, обеспечивающих:

- формирование и улучшение имиджа территории, ее престижа, деловой и социальной конкурентоспособности;
- расширение участия территории и ее субъектов в реализации международных, федеральных, региональных программ;
- привлечение на территорию государственных и иных внешних по отношению к территории заказов;
- повышение притягательности вложения, реализации на территории внешних по отношению к ней ресурсов;
- стимулирование приобретения и использования собственных ресурсов территории за ее пределами к ее выгоде и в ее интересах.

Фактическая реализация маркетинга на практике осуществляется с использованием основных средств маркетинга. Комплекс территориального маркетинга представлен в таблице 1, он включает набор возможных средств, применяемых для достижения целей социально-экономического развития региона [1, с.55-56].

Таблица 1

Основные инструменты территориального маркетинга

Инструменты	Основные характеристики инструмента
Территориальный продукт	- конкретные характеристики и ресурсы территории; - конкретное место, где человек будет получать, и тратить доходы; - система организации и качество менеджмента.
Цена территориального продукта	- полная цена территориального продукта предполагает учет явных и вмененных издержек; - при установлении цены территориального продукта можно использовать разные методы ценообразования.
Место (локализация) территориального продукта	- с одной стороны, это статическая, не подлежащая изменению локализация, а с другой стороны, это динамическая характеристика; - инициатором новых коммуникаций может выступать сама территория; - размещение территориального продукта можно рассматривать позиций «извне» и «внутри».
Продвижение территориального продукта	- могут быть использованы все инструменты маркетинговых коммуникаций; - содержательное наполнение рекламы; - использование прямого маркетинга в виде взаимоотношений между субъектом территориального маркетинга и потребителями.

Фактически, комплекс средств территориального маркетинга – это совокупность управляемых параметров, манипуляция которыми позволяет наилучшим образом удовлетворять потребности человека и экономических субъектов в общественных благах, услугах и ресурсах территории [5, с. 39].

Таким образом, разработка комплекса средств территориального маркетинга - это целый ряд определенных стратегий, направленных как на общее улучшение имиджа территории и повышение ее узнаваемости, так и на развитие конкретных параметров социально-экономической жизни. Значительную роль здесь отводят коммуникационным и рекламным стратегиям, направленным на формирование продвижения территориального продукта. Продвижение позволяет повысить информированность о территории, создать привлекательность сосредоточенных на ней ресурсов, условий жизнедеятельности и деловой активности. Главной задачей здесь становится формирование положительного имиджа территории на основе исторически сложившихся положительных сторон или на основе создаваемых в настоящем времени привлекательных черт территории. Важно добиться значительного эффекта коммуникаций, т. е. изменений в знаниях, установках и поведении получателя информации [5, с. 54].

Исходя из выше изложенного, можно сделать вывод, что подходы территориального маркетинга заключаются в разработке и реализации долгосрочной концепции комплексного развития хозяйства и социальной сферы территории через ориентацию на потребности целевых групп потребителей за счет лучшего использования имеющихся конкурентных преимуществ. На основе данной концепции разрабатывается маркетинговая стратегия развития региона в целом. Логическая последовательность реализации маркетинговой стратегии региона может быть следующей:

- повышение привлекательности территории для бизнеса за счет развития инфраструктуры;
- рост привлекательности для человека;
- усиление привлекательности региона для специалистов;
- формирование и распространение положительного имиджа;

В основе территориального маркетинга лежит системный подход к изучению состояния и тенденций развития регионов, с целью принятия оптимальных управляющих действий. Принципиальной установкой при разработке маркетинговой концепции в условиях глобализации мировой экономики должна быть ориентация на глубокую интеграцию региона во внешнеэкономическую деятельность.

Для достижения поставленной цели развития территориальный маркетинг должен выполнять следующие интегрирующие функции:

- обеспечивать партнерские отношения администрации, политических сил и предпринимателей;
- стимулировать развитие рыночных отношений;
- выступать в качестве основного руководства для деятельности всех региональных структурных подразделений.

В заключении хотелось бы еще раз выделить значение комплекса средств территориального маркетинга, применение которых играет особую роль в позиционировании территории, определении стратегии деятельности органов власти и населения для поддержания ее преимуществ и уменьшения конкурентных недостатков. Это трудоемкая работа, которая способствует не только развитию экономики, но и создает благоприятный фон для повышения качества жизни населения и снижения социальной напряженности.

Литература:

1. Акчурина И.Г., Дубровина М.А. Основные средства и направления реализации стратегий территориального маркетинга //Научные исследования: информация, анализ, прогноз [Текст]: монография /[И.Г. Акчурина, Д.И. Бекижева, С.В. Борисова и др.]; под общей ред. проф. О.И.Кирикова.- Книга 54.- Воронеж: ВГПУ; Москва: Наука информ, 2017.- с. 53-74.
2. Дайан А. Маркетинг города. / В кн.: Дайан А. и др. Академия рынка: маркетинг./ Пер. с франц.; науч. ред. А.Г. Худокормов. М., Экономика, 1993. – 572 с.
3. Кислюк М.Б., Сурнин В.С. Кузбасская модель реформирования экономики (теория, практика, опыт): Кузбасская энциклопедия: Т. 2. Серия экономическая. Кемерово: Кузбассвузиздат, 1995. – 413 с.
4. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий. Учебное пособие, 2-е изд., дополн. - СПб.: Питер, 2006. – 416 с.
5. Сачук, Т. В. Территориальный маркетинг.- СПб.: Питер, 2009. – 368 с.: ил. - (Серия «Учебное пособие»).

УДК: 351.72

Эффективность расходования бюджетных средств муниципального образования города Братска за 2016 год

Л.В. Клейменова¹, Д.Г. Терешина²

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

¹klv369271@mail.ru, ²tereshina.dariya@mail.ru

Ключевые слова: бюджет, доходы, расходы, сбалансированность, дефицит, налоговые и неналоговые доходы, безвозмездные поступления, исполнение бюджета.

В данной статье рассматривается бюджет муниципального образования города Братска, эффективность его исполнения, а также сбалансированность бюджета рассматриваемой территории. Целью статьи является определение того, как распределены ресурсы по статьям бюджета, как используются бюджетные средства, насколько эффективно налажен контроль. В статье раскрываются методы осуществления сбалансированности бюджета, а также рассматривается, насколько эффективно были использованы бюджетные средства муниципального образования города Братска в 2016 году.

Бюджетная стратегия муниципального образования ориентирована на содействие социальному и экономическому развитию территории, обеспечение достойной жизни жителей города Братска, обеспечение населения важнейшими жилищно-коммунальными, социально-культурными, транспортными и другими услугами в натуральном и денежном выражении.

Уровень бюджетной обеспеченности является определяющим фактором для жизнеобеспечения и устойчивого развития территории. Под бюджетной обеспеченностью понимается отношение налоговых и неналоговых доходов бюджета к численности населения [1].

Бюджетная обеспеченность жителей города Братска доходами (без учета межбюджетных трансфертов от бюджетов других уровней) составила 9,88 тыс. руб. на каждого жителя при общей численности 232,2 тыс. человек. Для сравнения – фактические показатели 2015 года – 8,8 тыс.руб. на 234,1 тыс.чел. Увеличение бюджетной обеспеченности населения города Братска в 2016 году произошло вследствие следующих причин [2]:

- увеличение поступлений налоговых и неналоговых доходов в городской бюджет;
- изменение норматива отчислений в местный бюджет платы за негативное воздействие на окружающую среду с 2016 года на 15%;
- по иным доходам в связи с перечислением благотворительных средств на приобретение объекта недвижимого имущества.

С точки зрения количественной оценки бюджетная эффективность представляет собой превышение доходов над расходами бюджета.

Сбалансированность бюджета – один из основополагающих принципов формирования и исполнения бюджета, состоящий в количественном равновесии бюджетных расходов источникам их финансирования. Принцип сбалансированности бюджета, даже при наличии дефицита бюджета, позволяет достичь равенства (баланса) между суммарной величиной бюджетных поступлений (доходов бюджета и источников покрытия дефицита) и объемом производимых расходов [1].

Сбалансированность бюджета призвана обеспечить нормальное функционирование органов власти всех уровней. Наилучший вариант обеспечения сбалансированности бюджета – разработка бездефицитного бюджета, в котором объем расходов не превышает величины доходов.

Если же избежать дефицита бюджета не удастся, даже исчерпав полностью обычные источники финансирования, то для сбалансированности бюджета приходится прибегать к разным формам заимствований, что требует минимизации размеров дефицита бюджета на всех стадиях бюджетного процесса.

Сбалансированность бюджета достигается разными методами, одни из них применяются при формировании бюджета, другие – при его исполнении.

К методам сбалансированности бюджета относятся [3]:

- лимитирование бюджетных расходов;
- выявление и мобилизация резервов роста бюджетных доходов;
- построение эффективной системы бюджетного регулирования и оказания финансовой помощи в сфере межбюджетных отношений.

Вместе с тем важно то, как распределены ресурсы по статьям бюджета, как используются бюджетные средства, насколько эффективно налажен контроль.

В ходе исполнения бюджета сбалансированность достигается с помощью [3]:

- введения процедуры санкционирования бюджетных расходов – представляет собой установление и доведение до бюджетных учреждений лимитов бюджетных обязательств,

предварительный контроль и учет по принятию бюджетными учреждениями обязательств;

- строгого соблюдения установленных лимитов бюджетных обязательств;
- определения оптимальных сроков осуществления расходов;
- использования механизма сокращения расходов бюджета.

Теперь посмотрим, насколько эффективно были использованы бюджетные средства муниципального образования города Братска в 2016 году.

Фактическое исполнение доходной части бюджета города Братска за 2016 год составило 7 755,3 млн.руб. [4].

Структура поступивших доходов [4]:

- безвозмездные поступления – 5 460,2 млн.руб. (70,4%);
- налог на доходы физических лиц – 1 049,9 млн.руб. (13,5%);
- доходы от использования муниципального имущества – 318,8 млн.руб. (4,1%);
- земельный налог – 213,8 млн.руб. (2,8%);
- налоги на совокупный доход (ЕНВД, ЕСХН, патент) – 168,2 млн.руб. (2,2%);
- плата за негативное воздействие на окружающую среду – 186,3 млн.руб. (2,4%);
- доходы от реализации муниципальной собственности – 116,0 млн.руб. (1,5 %).

В структуре платежей, поступивших в бюджет города, доля налоговых доходов составила 20,4%, неналоговых доходов 9,2%, безвозмездных поступлений 70,4% [4].

По отношению к годовому плану налоговые доходы исполнены на 106,7% и составили 1 580,7 млн. руб. (рисунок 1). Налог на имущество физических лиц исполнен в сумме 72,7 млн. руб., или 107,7% к утвержденному плану. Земельный налог исполнен на 118,8% к утвержденному плану. План по налогу, взимаемому в связи с применением патентной системы перевыполнен на 76,5%, исполнение составило 3,5 млн.руб.

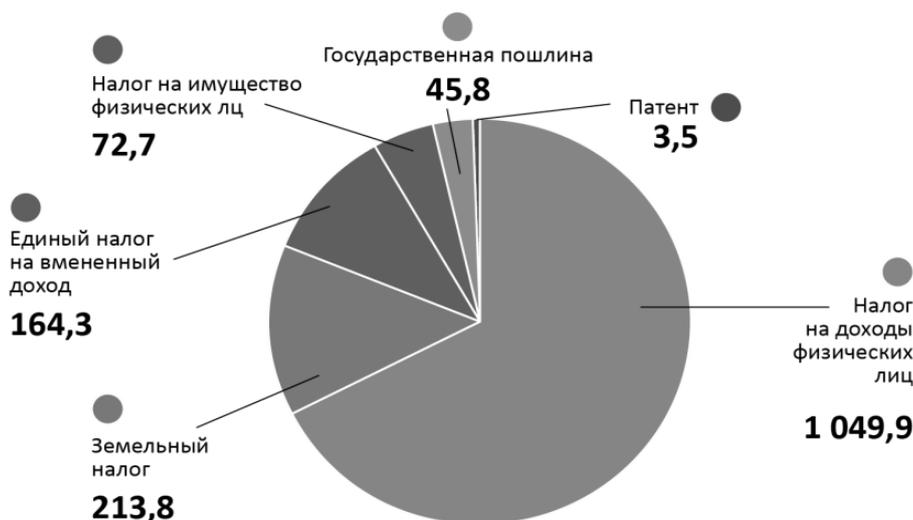


Рис. 1. Структура налоговых доходов в бюджет города Братска за 2016 год, млн. руб.

Исполнение годового плана по неналоговым доходам составило 98,7%, или 714,4 млн. руб. (рисунок 2). Плата за негативное воздействие на окружающую среду поступила в сумме 186,3 млн. руб., или 90,9% к утвержденному плану. Прогнозный план по доходам от платных услуг исполнен на 94,3%, в сумме 4,8 млн.руб. Прочие неналоговые доходы исполнены в сумме 71,3 млн. руб., или 95,3% к утвержденному плану.



Рис. 2. Структура неналоговых доходов в бюджет города Братска за 2016 год, млн. руб.

Безвозмездные поступления получены в сумме 5 460,2 млн.руб., или 98,6% к утвержденному плану на 2016 год (рисунок 3), в том числе [4]:

- безвозмездные поступления от бюджетов других уровней – 3 527,6 млн.руб. (97,9%);
- безвозмездные поступления от Фонда содействия реформированию ЖКХ – 1 934,3 млн.руб. (100%)
- доходы от возврата остатков субсидий и субвенций прошлых лет – 0,3 млн.руб.
- возврат остатков субсидий и субвенций – (- 2,0) млн.руб.

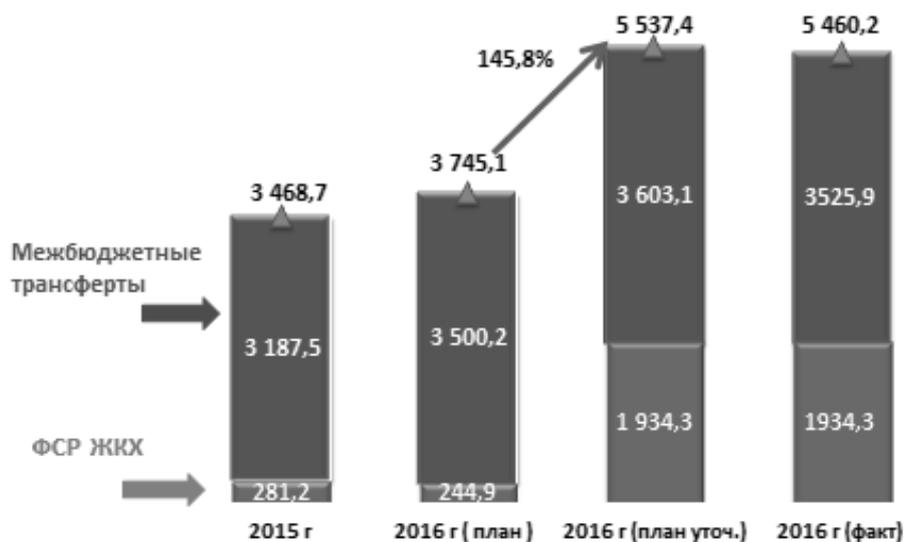


Рис. 3. Структура безвозмездных поступлений в бюджет города Братска за 2016 год, млн. руб.

Расходы бюджета за 2016 год, отраженные на рисунке 4, исполнены в сумме 7 003,4 млн. руб. (87% к годовому плану) [5].

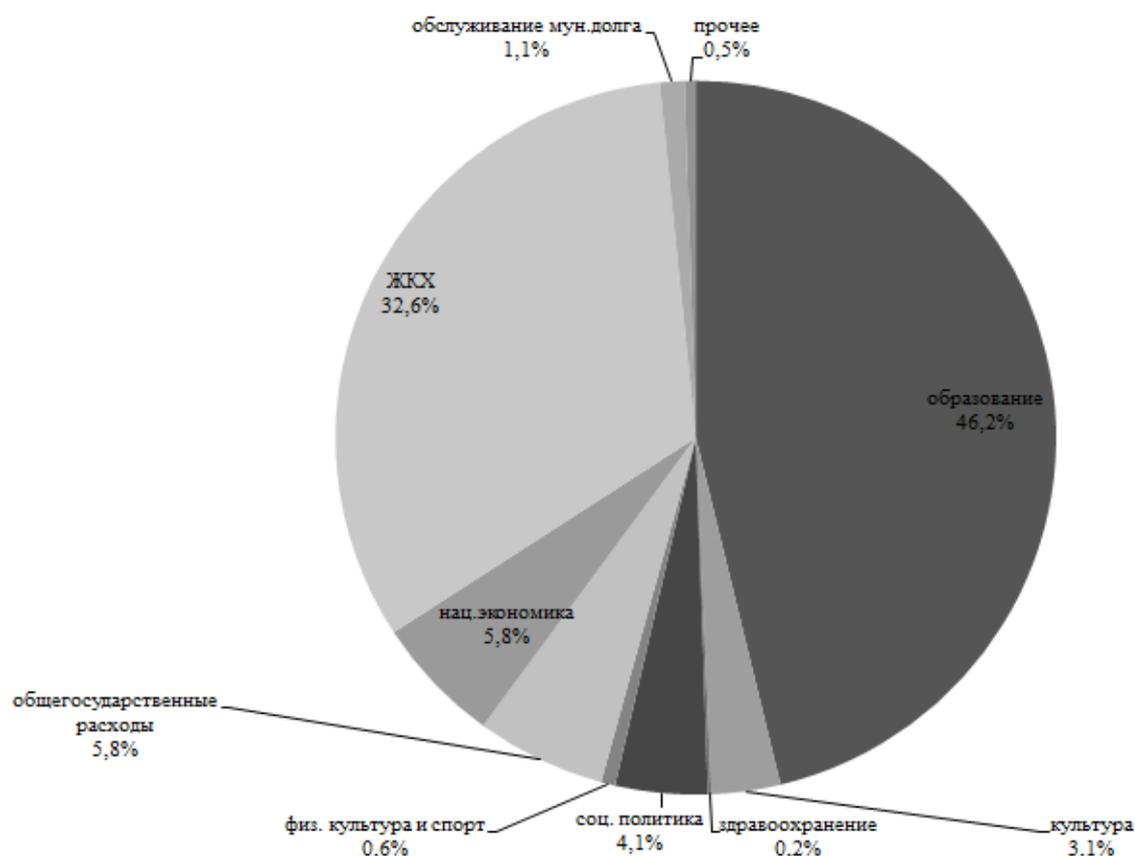


Рис. 4. Расходы по отраслям за 2016 год, %

Доля социальных расходов в общем объеме бюджета (без учета расходов на переселение из ветхого жилья) составила 77,4 % или 3 798,4 млн.руб., в том числе [5]:

- на реализацию полномочий в области образования направлены финансовые ресурсы в объеме 3 237,1 млн. руб. (100% к годовому плану),
- культуры – 216,9 млн.руб. (100%),
- социальной политики – 289,0 млн.руб. (100%),
- физической культуры – 44,3 млн.руб. (100%),
- здравоохранения – 11,1 млн.руб. (100%).

По сравнению с прошлым годом расходы на социально-культурную сферу увеличились на 126,6 млн.руб.

Расходы на содержание других отраслей сложились в сумме 3 205,0 млн.руб. (75,7% к годовому плану), в том числе [5]:

- по отрасли «Жилищно-коммунальное хозяйство» расходы составили 2 280,8 млн.руб. (70%),
- расходы на реализацию мероприятий в области национальной экономики составили 404,4 млн.руб. (95%),
- на реализацию общегосударственных вопросов направлено 407,2 млн. руб. (99%),
- на правоохранительную деятельность - 23,3 млн.руб. (100%),
- охрану окружающей среды, национальную оборону и средства массовой информации – 11,9 млн.руб. (100%),
- на обслуживание муниципального долга – 77,4 млн. руб. (100%)

Удельный вес расходов бюджета в разрезе отраслей составил:

- образование – 46,2% (3 237,1 млн. руб.);
- жилищно-коммунальное хозяйство – 32,6% (2 280,8 млн. руб.);
- национальная экономика – 5,8% (404,4 млн. руб.);
- общегосударственные вопросы – 5,8% (407,2 млн. руб.);
- социальная политика – 4,1% (289,0 млн. руб.);

- культура – 3,1% (216,9 млн. руб.);
- физическая культура и спорт – 0,6% (44,3 млн. руб.);
- здравоохранение – 0,2% (11,1 млн. руб.);
- обслуживание муниципального долга – 1,1% (77,4 млн. руб.);
- другие отрасли – 0,5% (35,2 млн. руб.).

Основные параметры бюджета города Братска за 2016 год представлены на рисунке 5.



Рис. 5. Основные параметры бюджета города Братска за 2016 год, %

Согласно отчету об исполнении бюджета за 2016 год были выполнены утвержденные показатели бюджета города Братска на 2016 год, финансирование расходных полномочий и бюджетных обязательств органов местного самоуправления, выполнены принятые публичные нормативные обязательства, реализованы мероприятия муниципальных программ.

Таким образом, можно сделать вывод, что принцип сбалансированности при формировании и исполнении бюджета муниципального образования города Братска был реализован в полной мере. При исполнении бюджета было соблюдено соответствие между доходами и расходами.

Литература:

1. Информационный сайт Студопедия [Электронный ресурс] – 23.04.2017. – Режим доступа: http://studopedia.ru/2_69042_dotatsii-na-viravnivanie-byudzhetoj-obespechennosti.html
2. Аналитическая записка к отчету об исполнении бюджета города Братска за 2016 год [Электронный ресурс] – 23.04.2017. – Режим доступа: <http://www.dumabratsk.ru/documents/>
3. Информационный портал FinGramm – финансовая грамотность [Электронный ресурс] – 21.04.2017. – Режим доступа: <http://fingramm.ru/cbalancir-budzeta.html>
4. Приложение № 1 к проекту решения Думы города Братска от 31.03.2017 № 387/г-Д «Об исполнении бюджета города Братска за 2016год» [Электронный ресурс] – 22.04.2017. – Режим доступа: <http://www.dumabratsk.ru/documents/>
5. Приложение № 2 к проекту решения Думы города Братска от 31.03.2017 № 387/г-Д «Об исполнении бюджета города Братска за 2016год» [Электронный ресурс] – 22.04.2017. – Режим доступа: <http://www.dumabratsk.ru/documents/>

УДК 339.9

Нормативное регулирование государственно-частного партнерства в России

А.Ю. Полякова¹, С.Н.Леонов

Хабаровский государственный университет экономики и права, ул. Тихоокеанская, 134, Хабаровск, Россия

¹A.U.Polyakova@mail.ru

Ключевые слова: государственно-частное партнерство (ГЧП), нормативно-правовое регулирование

Зарубежный опыт показывает отсутствие единого подхода в выборе нормативного регулирования государственно-частного партнерства. В ряде стран федеральный закон (ФЗ) отсутствует, в других - существует. В РФ ФЗ дает определение государственно-частного партнерства, выстраивает структуру органов, задает формы реализации ГЧП, но в ограниченном составе. Цель исследования - анализ позитивных и негативных сторон, которые могут возникнуть в процессе реализации Федерального закона «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»

Анализ условий стратегического развития Дальнего Востока России в предкризисный и современный периоды времени [6; 7] показывает потребность в привлечении инвестиций для модернизации экономики и стимулирования экономического развития.

В мировой практике для привлечения частных компаний с целью долговременного финансирования и управления общественной инфраструктурой по широкой гамме объектов, используются механизмы государственно-частного партнерства (ГЧП). Разнообразие видов, форм и сфер использования ГЧП превращают их в универсальный механизм решения различного рода долгосрочных задач в широком диапазоне сфер деятельности [10].

Важным фактором для развития механизма ГЧП в стране является его нормативное регулирование. Опыт Великобритании, США и Франции, как стран с наиболее длительным и успешным опытом в реализации ГЧП проектов, показывает, что не существует универсальных подходов к решению названного вопроса.

Уникальность системы ГЧП в Великобритании состоит в фактическом отсутствии соответствующего законодательства, каким-либо образом ограничивающего ведомство или государственный орган в вопросах заключения таких контрактов [5, с. 2]. Для муниципалитетов в 1997 г. был принят «Закон для местных органов власти в отношении контрактов», который дает им право напрямую, без оглядки на «центр», реализовывать проекты ГЧП [3, с. 36].

В США отсутствует, какой либо федеральный закон, устанавливающий единые подходы к реализации проектов ГЧП. Вместе с тем анализ законодательства показывает наличие в подавляющем большинстве штатов действующих нормативно-правовых документов, регулирующих конкретные сферы (по отраслевому признаку) применения подходов ГЧП [9, с. 1-7].

Во Франции 17 июня 2004 года президентом страны был подписан приказ № 2004-559 «О контрактах ГЧП», в котором определены базовые подходы к организации ГЧП-проектов на территории страны. Дальнейшему развитию государственно-частного партнерства во Франции способствовало принятие Закона № 2008-735 от 28 июля 2008 года «О контрактах ГЧП», который развил и уточнил положения приказа, упомянутого выше [9, с. 1-7].

Зарубежный опыт показал, что практика нормативного регулирования ГЧП различна, регулирование может осуществляться, как на федеральном уровне (пример Франции), так и давать субъектам федерации (США) или муниципалитетам (Великобритания) свободу в принятии собственных законов. Таким образом, нормативно-правовая база для каждого отдельного государства не одина.

Россия, в отличие от этих стран, имеет короткий опыт в области ГЧП и, как показывает

практика, этот механизм еще не отлажен. Практически в каждом субъекте есть Закон предусматривающий применение ГЧП, но нет единых норм и принципов. Поэтому 13 июля 2015 года Президент России Владимир Путин подписал Федеральный закон N 224-ФЗ "О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" [1] (далее-Закон о ГЧП), который должен способствовать развитию государственно и муниципально-частного партнерства и ввести единые нормы и принципы организации ГЧП по всей стране.

Процесс принятия ФЗ был длительный и занял более 2-х лет. Но после его принятия уже видны, как положительные, так и возможные отрицательные последствия внедрения данного нормативно-правового акта.

В российском Законе о ГЧП расширенное толкование понятия «государственно и муниципально частного партнерства» в России. В законе ГЧП трактуется как «сотрудничество частного и публичного партнера, юридически оформленное на определенный срок и с распределением рисков соглашением, в целях привлечения в экономику частных инвестиций, обеспечения доступности товаров, работ, услуг и повышения их качества» [1].

В главе 3 Закона раскрывается понятие соглашения о ГЧП, в т.ч. его условия, права и гарантии сторон, регламентируются вопросы подготовки, заключения, исполнения, прекращения соглашений о ГЧП.

Ст. 15 гарантирует неизменность прав частного партнера на весь период действия соглашения и предусмотрена возможность пересмотра условий соглашения в случае изменения макроэкономических условий и законодательства, напрямую затрагивающих проект [1].

Статьями 16, 17, 18 ФЗ о ГЧП предусмотрено обязательное определение уполномоченных органов РФ, субъектов РФ и муниципальных образований. Ключевыми полномочиями данных органов являются проведение оценки эффективности проектов государственно-частного и муниципально-частного партнерства (за исключением уполномоченных органов местного самоуправления); согласование публичным партнером конкурсной документации для проведения конкурса на право заключения соглашения о ГЧП; обеспечение межведомственной координации деятельности при реализации соглашений, осуществление мониторинга реализации соглашений, а также ведение реестра заключенных соглашений. Важная роль отводится региональному уполномоченному органу, основной функцией которого является проведение оценки эффективности проектов ГЧП на соответствующей территории [1; 2, с. 1].

Статья 6 п. 2.4 определяет возникновение частной собственности на объект соглашения о государственно-частном партнерстве. Положение гарантирует и фиксирует имущественные права частной стороны на реконструируемый или строящийся объект в рамках соглашения о государственно-частном партнерстве. Именно эта норма в первую очередь отличает закон о ГЧП от закона о концессии и делает ГЧП более привлекательным механизмом для частных партнеров [1].

Несмотря на перечисленные выше положительные стороны, Закона о ГЧП не устранил ряд дискуссионных моментов реализации механизма ГЧП в России.

Зарубежный опыт показал, что ГЧП успешно применяется в различных областях, в т.ч. в транспортной и социальной инфраструктуре, ЖКХ, в других сферах (тюрьмы, оборона, объекты военной сферы и т.д.) [11, с. 1]. В этой связи представляется, что Закон о ГЧП излишне «ужимает» перечень возможных объектов государственно частного партнерства. Ст.7 Закона о ГЧП не включает в себя большинство объектов коммунальной сферы, добывающей промышленности и переработки полезных ископаемых, социальное жилье, объекты социального обеспечения и др.

Результатом сокращения перечня возможных форм ГЧП явилось то, что, например, такой проект как «Развитие Южной Якутии», который позиционировал себя как проект ГЧП, теперь таковым не является. Он имеет признаки ГЧП, но вынужден на практике осуществляться как инвестиционное соглашение, следовательно, права, гарантии, льготы частных партне-

ров участвующих в данном проекте так и остаются на уровне инвестиционного соглашения между сторонами и не подкрепляются ФЗ, что уже привело к падению интереса к проекту со стороны частных партнеров.

Другим важным моментом является то, что перечень объектов является закрытым, т.е. на региональном и муниципальном уровнях нет возможности расширить данный список.

Согласно Закону о ГЧП частный партнер – это российское юридическое лицо, с которым в соответствии с настоящим Федеральным законом заключено соглашение [1]. Т.е. зарубежные предприятия до ГЧП проектов не допускаются, при этом в Законе о концессиях концессионером может выступать иностранное юридическое лицо. Из этого следует следующее, с точки зрения финансовой эффективности и социально-экономического эффекта от проекта ГЧП не допускать зарубежные предприятия с опытом в данной области и финансовыми активами не рационально. Концессия является одной из форм ГЧП, получаются, что зарубежные предприятия в России допускаются только к одной форме, но не к ГЧП в целом. Можно предположить, что это связано с неурегулированностью права собственности [8], так право собственности на объект в Законе о ГЧП существует, но отсутствует в Законе о концессионных соглашениях.

Согласно ст. 6 Закона о ГЧП форма проекта ГЧП определяется посредством включения в соглашение предусмотренных настоящей статьей обязательных элементов соглашения и определения последовательности их реализации. Обязательными элементами соглашения являются: 1) строительство и (или) реконструкция объекта соглашения частным партнером; 2) осуществление частным партнером полного или частичного финансирования создания объекта соглашения; 3) осуществление частным партнером эксплуатации и (или) технического обслуживания объекта соглашения; 4) возникновение у частного партнера права собственности на объект соглашения при условии обременения объекта соглашения в соответствии с настоящим Федеральным законом [1]. Таким образом, практически формы, названные в Законе о ГЧП - это то, что в мировой практике называют типами концессий. Например, BOT - Build, Operate, Transfer (Построй – Управляй - Передай), DBFO - Design, Build, Finance, Operate (Спроектируй – Построй – Финансируй - Управляй).

Согласно главе 2 ФЗ о ГЧП частный партнер не получает ни льгот в рамках конкурса за право заключения соглашения о ГЧП, ни какого-либо возмещения расходов на подготовку проекта (предложения) в случае проигрыша в конкурсе [4, с. 1]. Это является еще одним недостатком, который приведет к меньшему количеству предложений от частных партнеров.

Резюмируя, отметим, что федеральный закон о ГЧП необходим, Но, несмотря на ряд положительных сторон подобного Закона, следует отметить, что он отстает от требований практики. Возможно, часть перечисленных недостатков можно было бы избежать, объединив Закон о ГЧП и Закон о концессионных соглашениях, т.к. законы во многом похожи. Да, концессия, как одна из форм ГЧП, имеет свои особенности, но регулировать концессионную деятельность можно было бы в рамках федерального закона о ГЧП, создавать же специальный Федеральный закон для этого не имело смысла.

Литература:

1. Федеральный закон от 13.07.2015 N 224-ФЗ (ред. от 29.12.2015) "О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" [Электронный ресурс] URL : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182660/ (дата обращения: 15.09.2016)

2. Вступил в силу Федеральный закон о государственно-частном партнерстве [Электронный ресурс] // сайт центра развития государственно-частного партнерства, 2016. URL : <http://pppcenter.ru/29/novosti/pppcenter-news/vstupil-v-silu-federalnyj-zakon-o-gchp.html> (дата обращения: 15.09.2016)

3. Иванова З.А. Развитие сельского хозяйства на основе механизма государственно-

- частного партнерства [Электронный ресурс] /З.А. Иванова// 2014. URL - http://www.rgazu.ru/db/avtofedoc/ivanovaza_dis.pdf (дата обращения: 15.09.2016)
4. Килинкар В.С. Какие изменения вступят в силу с 2016 года в сфере государственно-частного партнерства [Электронный ресурс] /В.С. Килинкар// сайт dp.ru , 2015. URL : http://www.dp.ru/a/2015/09/02/Mozhno_VOOT_a_mozhno/ (дата обращения: 15.09.2016)
5. Концепция создания ТОО «центр развития государственно-частного партнерства в жилищно-коммунальном хозяйстве» [Электронный ресурс] / Агентство РК по делам строительства и ЖКХ, АО «Казахстанский центр модернизации развития и ЖКХ»// сайт ReferatDV.ru – 2012. URL: <http://referatdb.ru/pravo/37878/index.html?page=2> (дата обращения 15.09.2016)
6. Леонов С.Н. Стратегическое развитие Дальнего Востока: угрозы кризиса // Пространственная экономика. 2009. № 3. С. 126-133
7. Леонов С.Н. Анализ условий стратегического развития Дальнего Востока России после кризиса // Вестник Тихоокеанского государственного университета. 2011. № 1. С. 159-168
8. Леонов С.Н. Риски реализации государственно-частного партнерства при освоении севера России // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2014. № 1 (15). С. 18-22
9. Мерзлов И.Ю. Международный опыт развития ГЧП в экономически развитых странах: институциональный аспект [Электронный ресурс] / И.Ю. Мерзлов // Вестник Пермского университета, 2012. URL : <http://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyy-opyt-razvitiya-gosudarstvenno-chastnogo-partnerstva-v-ekonomicheski-razvityh-stranah-institutsionalnyy-aspekt> (дата обращения: 18.09.2016)
10. Полякова А.Ю. Сравнительный анализ опыта реализации государственно-частного партнерства в зарубежных странах // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление, 2015, №47-51.
11. Рожкова С.А. Анализ мирового опыта использования государственно-частного партнерства в различных отраслях экономики партнерстве [Электронный ресурс] /С.А. Рожкова// сайт РЦБ РФ, 2008. - URL : <http://www.rcb.ru/rcb/2008-01/8902> (дата обращения: 15.09.2016)

УДК 351

Анализ состояния традиционных видов хозяйственной деятельности коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока, проживающих в Хабаровском крае

Я.С. Шеварева¹, С.Н. Леонов

Хабаровский государственный университет экономики и права, ул. Тихоокеанская,134, Хабаровск, Россия

¹yana.shevareva@mail.ru

Ключевые слова: традиционные виды хозяйственной деятельности, коренные малочисленные народы Севера (КМНС), Хабаровский край

В статье рассмотрены проблемы динамики численности КМНС в Хабаровском крае, показана роль традиционных видов деятельности в жизни КМНС, проживающих в Хабаровском крае, рассмотрено состояние и выделены проблемы развития рыболовства, охоты и оленеводства, как традиционных видов деятельности КМНС Хабаровского края.

Хабаровский край является одним из крупнейших субъектов РФ по числу аборигенного населения, проживающего на его территории, и занимает третье место в РФ, после Тюменской области и Республики Саха (Якутия) [1]. Согласно Всероссийской переписи населения 2010 года, в Хабаровском крае проживает 22,5 тыс. представителей коренных малочислен-

ных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока (далее – КМНС), или 1,7% населения края (см. табл.1). Хабаровский край является исторической родиной для 8 этносов: нанайцы, негидальцы, нивхи, орочи, удэгейцы, ульчи, эвенки, эвены.

Данные таблицы 1 показывают разнонаправленную динамику численности КМНС в Хабаровском крае. За рассматриваемый период 1989-2010 гг. численность коренных народов в крае снизилась на 2% (460 человек). Наибольшее снижение численности отмечено среди эвенов – на 41%, удэгейцев – на 11%, нивхов – 10%, численность орочей снизилась на 1,2%. За этот же период отмечался рост численности эвенов – на 10% и нанайцев – на 4%.

Таблица 1

Разнонаправленная динамика численности коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока, проживающих в Хабаровском крае (человек)

Наименование коренных малочисленных народов	Численность лиц соответствующего народа (по данным переписи)			Численность лиц соответствующего народа по РФ (2010)	Удельный вес проживающих на территории Хабаровского края к общей численности соответствующего народа, в % (2010)
	1989	2002	2010		
нанайцы	10 582	10 993	11 009	12 003	91,7
негидальцы	502	505	480	513	93,6
нивхи	2 386	2 452	2 149	4 652	46,2
орочи	499	426	441	596	74,0
удэгейцы	697	613	620	1 496	41,4
ульчи	2 733	2 718	2 621	2 765	94,8
эвенки	3 691	4 533	4 101	37 843	10,8
эвены	1 919	1 272	1 128	22 383	5,0
Итого	23 009	23 512	22 549	82 251	27,4

Источник: данные отдела традиционной хозяйственной деятельности управления по делам коренных малочисленных народов Севера министерства природных ресурсов Хабаровского края

Из общей численности коренных народов Хабаровского края в 2010 году 45,8% составляли мужчины и 54,2% женщины. В трудоспособном возрасте находится 63% представителей данных этносов.

Большинство коренных народов края (75,7%) живет в сельской местности по берегам реки Амур, а также в центральной и северной частях территории края, для которых характерны сложные природно – климатические условия и низкая плотность населения (0,1-0,2 чел./кв. км.).

Территориально КМНС Хабаровского края в основном концентрируются в Нанайском (18,5% от общей численности коренных народов, проживающих в крае), Ульчском (14,1%), Амурском (11,8%), Николаевском (6,8%), Тугуро – Чумиканском (5,3%), Хабаровском (5,0%), Охотском (4,7%), Аяно–Майском (4,7%) и Комсомольском (4,2%) муниципальных районах.

Около 1,5% коренных народов края (с учетом детей, в том числе находящихся в течение учебного года в пришкольных интернатах) ведут кочевой или полукочевой образ жизни, занимаясь домашним северным оленеводством.

Учитывая исторически сложившееся расселение коренных малочисленных народов, Распоряжением Правительства РФ от 08.05.2009 №631-р утвержден перечень мест традицион-

ного проживания КМНС, к которым отнесена вся территория Хабаровского края, включая города Хабаровск и Комсомольск – на – Амуре. Такая мера позволяет оказывать государственную федеральную поддержку всем коренным народам края [2].

Законом Хабаровского края от 30.06.2004 №202 «О перечне территорий компактного проживания коренных малочисленных народов Российской Федерации в Хабаровском крае» в 13 муниципальных районах края установлены 59 населенных пунктов – мест компактного проживания коренных народов [3].

Географическое расположение края предопределило наиболее характерные способы жизнеобеспечения аборигенного населения, к которым относятся рыболовство, промысловая охота, оленеводство – традиционные виды хозяйственной деятельности (далее – ТВХД).

Традиционными видами хозяйственной деятельности коренные народы занимаются как в составе общин, так и индивидуально. Вопросы эффективного взаимодействия бизнеса, населения и органов власти в настоящее время приобретают большую важность [4], особенно данное утверждение актуально, когда мы имеем в виду традиционные виды хозяйственной деятельности КМНС. При этом анализ состояния традиционных видов хозяйственной деятельности КМНС осложняется состоянием массива региональных (муниципальных) статистических данных [5]. В целом база данных по анализу состояния ТВХД КМНС была сформирована на основе ведомственной статистической базы отдела традиционной хозяйственной деятельности управления по делам коренных малочисленных народов Севера министерства природных ресурсов Хабаровского края и данных сайта [6].

По состоянию на 01 января 2015 г. в крае зарегистрировано 192 общины. Практически все общины (около 90%) указывают своим основным видом деятельности рыболовство в целях обеспечения традиционного образа жизни и осуществления традиционной хозяйственной деятельности (далее – традиционное рыболовство).

В соответствии с федеральным законом о рыболовстве, условием ведения традиционного рыболовства для общин является наличие рыбопромыслового участка (далее – РПУ), полученного на конкурсной основе [7]. Так в 2015 году в крае было сформировано 180 РПУ для ведения традиционного рыболовства, что составляет 21% от их общего числа. Однако по результатам конкурсов лишь 149 РПУ было закреплено за 79 общинами. Причина «недоиспользования» выделенных РПУ связана с тем, что введенный конкурс на право заключения договора о предоставлении РПУ не дает преимуществ общинам на получение таких участков на территории своего района, а без наличия РПУ общины не могут получить квоты на вылов. Так, в Николаевском районе из 43 общин только 8 имеют в пользовании 9 РПУ.

В 2014 году коренным малочисленным народам, включая общины, выделено 4766 тонн водных биологических ресурсов (далее – ВБР) (191,6% к 2010 году) (см. табл.2).

Стоит отметить, что освоение выделенных квот составляет менее 100%. При этом уровень освоения ВБР у общин значительно выше, чем у граждан из числа коренных малочисленных народов, так как, во-первых, общины имеют более мощную техническую базу для вылова ВБР, во-вторых, граждане из числа коренных народов по окончании добычи не всегда предоставляют отчеты о вылове ВБР в местные рыбинспекции.

Основными проблемами низкого освоения квот на вылов ВБР являются:

— заявительный принцип предоставления ВБР (неверное заполнение установленных форм заявок на вылов ВБР, предоставление неполного пакета документов, прилагаемого к заявке, несвоевременная подача заявок лишает заявителей лимитов на вылов рыбы);

— проблемы получения рыбопромысловых участков (если до 2008 года общины наделялись квотами на вылов рыбы независимо от наличия рыбопромысловых участков, путем заключения договоров о совместном использовании участков, то в настоящее время общины, не имеющие рыбопромысловых участков, не получают рыбные квоты);

— расположение рыбопромысловых участков в отдаленных и труднодоступных местах.

Помимо рыболовства общины занимаются промысловой охотой, но количество таких общин в крае незначительно. В настоящее время охотничьи угодья закреплены только за 3 общинами общей площадью 1,3 млн. гектаров, или 2,4% от закрепленных охотничьих угодий.

дий, имеющих в крае.

Таблица 2

Освоения квот водных биологических ресурсов
коренными малочисленными народами Хабаровского края (тонн)

№ п/п	Показатели		2010	2011	2012	2013	2014
1	Квоты ВБР для национальных общин	Выделено	1415,6	2529,5	2642,5	3331,5	3257,4
		освоено	1203,7	2226,3	2211,8	1304,0	2333,2
		% освоения	85,0	88,0	83,7	39,1	71,6
2	Квоты ВБР для лиц, относящихся к КМНС	выделено	1071,6	903,7	1051,9	1235,2	1508,4
		освоено	597,7	676,3	390,6	657,7	763,9
		% освоения	55,8	74,8	37,1	53,3	50,6
3	Всего квоты ВБР в части квот на тихоокеанского лосося	выделено	1819,9	2542,2	2469,7	1985,9	2602,0
		освоено	1506,5	2112,2	1729,1	1319,0	2152,2
		% освоения	82,8	83,1	70,0	66,4	82,7
из них:							
3.1	для национальных общин	выделено	1017,2	1644,7	1470,4	1035,0	1456,0
		освоено	910,2	1438,8	1338,6	670,2	1415,7
		% освоения	89,5	87,5	91,0	64,8	97,2
3.2	для лиц, относящихся к КМНС	выделено	802,8	897,6	999,3	950,9	1146,0
		освоено	596,3	673,4	390,5	648,8	736,4
		% освоения	74,3	75,0	39,1	68,2	64,3

Источник: рассчитано по данным [6].

Охоту в целях личного потребления осуществляют 408 охотников из числа лиц, относящихся к коренным малочисленным народам, которые получают охотничьи ресурсы по бесплатным разрешениям.

В соответствии со ст. 19 Федерального закона от 24 июля 2009 года №209-ФЗ «Об охоте и о сохранении охотничьих ресурсов и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [8] охота в целях обеспечения ведения традиционного образа жизни и осуществления традиционной хозяйственной деятельности осуществляется свободно (без каких – либо разрешений) в объеме добычи охотничьих ресурсов, необходимом для удовлетворения личного потребления (см. табл.3).

Однако действующим законодательством не предусмотрен порядок установления объемов охотничьих ресурсов, необходимых для удовлетворения личного потребления.

В соответствии со ст. 333.2 Налогового кодекса РФ лимиты использования объектов животного мира для удовлетворения личных нужд устанавливаются органами исполнительной власти субъектов РФ по согласованию с уполномоченными федеральными органами исполнительной власти [9].

Министерство природных ресурсов Хабаровского края ежегодно подготавливает проекты лимитов добычи охотничьих ресурсов для личных нужд на основании заявок, предоставляемых администрациями муниципальных районов, направляет их на экологическую экспертизу, с последующим согласованием в Министерстве природных ресурсов и экологии РФ, и представляет на утверждение Губернатору края.

В настоящее время объем охотничьих ресурсов, установленный общинам для ведения промысловой охоты, на 68% больше, чем в 2010 году. Для личного потребления коренным малочисленным народам предоставляется ресурсов почти в 4 раза больше, чем в 2010 году.

Состояние промысловой охоты в Хабаровском крае

№ п/п	Наименование показателя	01.08.2009-01.08.2010	01.08.2014-01.08.2015	01.08.2015-01.08.2016
1	Количество хозяйств, занимающихся охотничьим промыслом в крае, всего	87	81	81
в том числе:				
1.1.	Количество национальных общин, занимающихся охотничьим промыслом	3	3	3
2	Площадь охотничьих угодий Хабаровского края, всего (млн.га)	76,8	73,4	75,7
в том числе:				
2.1	закрепленные охотничьи угодья, всего (млн.га), из них:	65,0	53,7	53,7
2.1.1	закрепленные за национальными общинами	0,8	1,3	1,3
3	Лимиты добычи охотничьих ресурсов национальным общинам	1291	1789	2103
4	Ресурсы, выделяемые по бесплатным разрешениям для КМНС	254	1176	991

Источник: рассчитано по [6]

Серьезной организационной проблемой осуществления КМНС традиционной охоты является введение нового образца охотничьего билета [10].

В соответствии с Приказом Минприроды РФ в новых охотничьих билетах лицам, относящимся к КМНС, а также лицам, которые не относятся к указанным народам, но постоянно проживают в местах их традиционного проживания и традиционной хозяйственной деятельности и для которых охота является основой существования, должна проставляться отметка: «Охота в целях обеспечения ведения традиционного образа жизни и осуществления традиционной хозяйственной деятельности осуществляется свободно (без каких-либо разрешений) в объеме добычи охотничьих ресурсов, необходимом для удовлетворения личного потребления». Однако на уровне субъектов РФ представители охотничьих управлений категорически отказываются проставлять отметку о национальной принадлежности владельца билета, объясняя свой отказ тем, что сейчас нет законного механизма обозначения принадлежности к КМНС. Охотникам из числа коренных народов предлагают доказать, что они принадлежат к числу нанайцев, ульчей, орочей и так далее. Многим представителям коренных народов уже пришлось обращаться в суды и доказывать свою принадлежность к тому или иному этносу. Но даже положительное решение суда касается только одного конкретного вопроса, а как только проблема возникает снова, аборигенам снова предлагают обращаться в суд.

Домашнее северное оленеводство является этнообразующим видом деятельности для эвенов и эвенков Охотского, Аяно-Майского и Тугуро-Чумиканского муниципальных районов края. Общая численность поголовья домашних северных оленей в крае составляла на 01 января 2015 г. 5829 голов, в том числе в оленеводческих хозяйствах содержалось 1293 головы.

28 ноября 2012 г. принят Закон Хабаровского края №241 «О поддержке домашнего северного оленеводства в Хабаровском крае». Названным законом установлены виды финансовой поддержки оленеводческих хозяйств, меры по охране жизни и здоровья оленеводов и членов их семей, обеспечению доступа детей оленеводов к образовательным услугам, социальные гарантии и компенсации оленеводам и членам их семей. В 2014 году ставка субсидии на содержание поголовья северных оленей в оленеводческих хозяйствах составила 2130 рублей на одну голову оленя в год и увеличена более чем в 10 раз по сравнению с 2010 годом.

Также оленеводческим хозяйствам компенсируется часть затрат на охрану оленей от хищных зверей.

Однако, как видно из данных таблицы 4, не смотря на финансовую поддержку северного оленеводства, наблюдается сокращение численности поголовья северных оленей. Основными факторами, влияющими на сокращения численности поголовья северных оленей, являются: урон наносимый хищниками (в основном волками); экономическая несостоятельность хозяйств; слабая материально – техническая база (отсутствие современных технологий); сокращение оленьих пастбищ в результате промышленного освоения и лесных пожаров; отсутствие своевременной ветеринарной помощи.

Таблица 4

Состояние домашнего северного оленеводства в Хабаровском крае, на начало года

№ пп.	Показатели	2011	2012	2013	2014	2015
1	Поголовья северных оленей по категориям хозяйств, в том числе:	6378	6218	5046	6034	5829
1.1	в сельскохозяйственных организациях	994	793	767	1381	1252
1.2	в личных подсобных хозяйствах населения	5384	5425	4279	4618	4536
1.3	в колхозном фермерском хозяйстве	х	х	х	35	41
2	Поголовье северных оленей по муниципальным районам края	6378	6218	5046	6034	5829
	Охотский район	5687	5463	4320	5343	5073
	Аяно-Майский район	506	510	512	433	498
	Тугуро-Чумиканский район	185	245	214	258	258

Источник: рассчитано по [6]

Основная часть поголовья северных оленей – 80% находится в частных подворьях, которые, в соответствии с Законом края от 26.07.2005 №288 «О поддержке сельскохозяйственного производства в Хабаровском крае» не относятся к сельскохозяйственным товаропроизводителям, а, следовательно, не имеют права на получение краевой государственной поддержки [11]. Фактически такую поддержку за счет средств краевого бюджета получают только две оленеводческие общины в Охотском районе, располагающие всего 767 оленями.

Для сохранения и развития северного оленеводства, а также социальной защиты оленеводов и членов их семей Правительством края в 2013 г. приняты:

- постановление от 02.07.2013 №176-пр «Об утверждении нормативов обеспеченности оленеводов в оленеводческих хозяйствах средствами коллективной и индивидуальной защиты, медицинскими аптечками, специальными средствами связи»;
- постановление от 15.07.2013 №195-пр «Об утверждении Порядка клеймения (мечения) домашних северных оленей, ведения учета и отчетности в оленеводстве»¹;
- постановление от 19.07.2013 №200-пр «Об утверждении Порядка предоставления социальных гарантий, компенсаций оленеводам и членам их семей», предусмотренных ст. 9 Закона Хабаровского края «О поддержке домашнего северного оленеводства в Хабаровском

¹ Для реализации данного постановления подготовлены приказы министерства сельского хозяйства и продовольствия края, ведется работа с администрациями Охотского, Аяно-Майского, Тугуро-Чумиканского муниципальных районов по оказанию консультативной и информационной поддержки по вопросам клеймения северных домашних оленей и оказания государственной поддержки оленеводческим хозяйствам.

крае».

За счет бюджетного финансирования решаются вопросы оснащения оборудованием приемозаготовительных пунктов общин для переработки и реализации продукции ТВХД: 4 общинам на указанные цели в 2013 – 2014 гг. выделено 6 единиц оборудования на сумму 493,7 тыс. рублей.

Резюмируя, отметим, что в Хабаровском крае используются меры государственной поддержки ТВХД КМНС, но, не смотря на различные виды государственной поддержки, сохраняется влияние сдерживающих факторов развития данной сферы, к которым могут быть отнесены:

- отсутствие на федеральном уровне порядка отнесения граждан к коренным малочисленным народам;
- невозможность в полной мере реализовать право на осуществление традиционной хозяйственной деятельности в связи с предоставлением природных ресурсов в пользование на рыночных принципах;
- пассивная позиция коренных народов, для которых оленеводство является этнообразующим видом деятельности, в его восстановлении и развитии;
- деформация цели создания общин как формы самоорганизации лиц, относящихся к коренным малочисленным народам, направленной на решение социальных вопросов, оказание взаимопомощи, содействие занятости при осуществлении традиционной хозяйственной деятельности;
- недостаточная работа институтов гражданского общества коренных малочисленных народов по самостоятельной организации мероприятий, направленных на защиту исконной среды обитания, традиционного образа жизни, хозяйствования, промыслов, сохранения и развития самобытной культуры;
- утрата интереса к традиционному образу жизни, хозяйствованию, промыслам, сохранению самобытной культуры, изучению родных языков у детей и молодежи коренных малочисленных народов;
- недостаточная работа органов местного самоуправления в муниципальных образованиях края по подготовке молодежи коренных малочисленных народов к поступлению в профессиональные образовательные организации края, и как следствие, кадровые проблемы в сфере предоставления услуг образования и здравоохранения, слабый приток молодых специалистов, старение кадров;
- недостаток бюджетных средств для модернизации социальной инфраструктуры в местах проживания аборигенного населения;
- низкая активность органов местного самоуправления в решении вопросов улучшения жилищных условий коренных малочисленных народов.

Преодоление указанных негативных факторов в условиях сложной социально-экономической обстановки, складывающейся на Дальнем Востоке [12], предопределяет необходимость уточнения приоритетных направлений и задач государственной политики края в отношении коренных малочисленных народов на перспективу 2017 - 2025 годов.

Литература:

1. Шеварева Я.С. Сравнительный анализ российского и зарубежного опыта государственной поддержки традиционных видов деятельности коренных народов Севера // Труды БрГУ. Серия: Экономика и управление. 2015. С. 65-69.
2. Распоряжение Правительства РФ от 08.05.2009 №631-р «Об утверждении перечня мест традиционного проживания и традиционной хозяйственной деятельности коренных малочисленных народов Российской Федерации» // Информационно – правовая система «Консультант Плюс» (дата обращения 10.09.2016).
3. Закон Хабаровского края от 30.06.2004 №202 «О перечне территорий компактного проживания коренных малочисленных народов Российской Федерации в Хабаровском крае»

// Информационно – правовая система «Консультант Плюс» (дата обращения 10.09.2016).

4. Семкина О.С., Леонов С.Н. Эффективная организация взаимодействия бизнес-сообществ и органов власти // Вестник университета (Государственный университет управления), 2015, № 12, с.270-275.

5. Леонов С.Н. Становление муниципальной статистики, ее современное состояние и соответствие потребностям исследований региональной экономики // Вестник Томского государственного университета. Общenaучный периодический журнал, 2015, №400, с. 223-231.

6. Официальный Интернет–портал Министерства природных ресурсов Хабаровского края [Электронный ресурс] / URL: <https://mpr.khabkrai.ru/Deyatelnost/Korennyemalochislennye-narody-Severa> (дата обращения 10.09.2016)

7. Федеральный закон РФ от 20.12.2004 №166-ФЗ «О рыболовстве и сохранении водных биологических ресурсов» // Информационно – правовая система «Консультант Плюс» (дата обращения 10.09.2016).

8. Федеральный закон от 24.07.2009 №209-ФЗ «Об охоте и о сохранении охотничьих ресурсов и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» Ст. 19 // Информационно – правовая система «Консультант Плюс» (дата обращения 10.09.2016).

9. Налоговый кодекс РФ (НК РФ) часть 2 от 05.08.2000 №117-ФЗ Гл. 25.1 Ст. 333.2 // Информационно – правовая система «Консультант Плюс» (дата обращения 10.09.2016).

10. Приказ Министерства природных ресурсов и экологии РФ от 20.01.2011 №13 «Об утверждении Порядка выдачи и аннулирования охотничьего билета единого федерального образца, формы охотничьего билета» // Информационно – правовая система «Консультант Плюс» (дата обращения 10.09.2016).

11. Закон Хабаровского края от 26.07.2005 №288 «О поддержке сельскохозяйственного производства в Хабаровском крае» // Информационно – правовая система «Консультант Плюс» (дата обращения 10.09.2016).

12. Леонов С.Н. Анализ условий стратегического развития Дальнего Востока России после кризиса // Вестник Тихоокеанского государственного университета, 2011, №1, с.159-168.

ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

УДК 336.6

Факторы финансовой устойчивости современных российских электроэнергетических компаний

А.С. Афанасьев¹, А.С. Волосникова²

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

¹afanasev_aleksey@mail.ru, ²alynakvasik@gmail.ru

Ключевые слова: электроэнергетика, финансовая устойчивость, факторы финансовой устойчивости.

Рассматриваются проблемы обеспечения финансовой устойчивости российских электроэнергетических компаний в современных условиях. Определены и описаны факторы, влияющие на финансовую устойчивость данных предприятий. Изложены рекомендации по их учету в деятельности организаций.

Обеспечение стратегической устойчивости электроэнергетических компаний является важнейшей задачей современной российской экономики. Это связано с тем, что функционирование и развитие базовых отраслей национальной экономики во многом зависят от результативности и эффективности деятельности отечественной электроэнергетики. Именно уровень и качество развития данной отрасли энергетики, а также устойчивость ее функционирования, входят в число ключевых критериев, определяющих национальную безопасность, конкурентоспособность и потенциал роста экономики России.

По производству электроэнергии Российская Федерация на протяжении последнего времени занимает устойчивое 4-е место в рейтинге стран, являющихся крупнейшими производителями электроэнергии в мире (см. таблицу 1), заметно опережая такие промышленно развитые страны как Германия, Франция и Южная Корея.

Таблица 1

Крупнейшие в мире страны-производители электроэнергии

Страна	Производство электроэнергии, млрд. кВт					
	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Китай	4208	4716	4994	5447	5665	5682
США	4378	4350	4291	4306	4331	4324
Индия	979	1075	1123	1193	1295	1368
Россия	1038	1055	1071	1059	1061	1062
Япония	1117	1051	1034	1045	1025	995
Германия	633	613	630	633	615	638
Канада	599	633	633	652	640	632
Бразилия	516	532	553	570	590	586
Франция	569	561	566	573	563	569
Южная Корея	500	523	535	542	545	546

Источник: составлено на основе [1].

При этом по объемам внутреннего потребления электроэнергии Россия также уверенно занимает 4-5 позицию в рейтинге стран крупнейших в мире потребителей электроэнергии (см. таблицу 2).

Таблица 2

Крупнейшие в мире страны-потребители электроэнергии

Страна	Внутреннее потребление электроэнергии, млрд. кВт					
	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Китай	3626	4052	4326	4718	4897	4921
США	3893	3883	3831	3888	3888	3848
Индия	727	803	839	897	973	1027
Япония	1016	956	956	966	946	921
Россия	851	856	875	872	875	870
Германия	547	541	540	532	514	521
Бразилия	459	476	492	509	524	514
Южная Корея	458	481	493	498	501	505
Канада	506	516	524	514	510	493
Франция	472	443	454	457	429	437

Источник: составлено на основе [1].

По данным [2] вклад электроэнергетического сектора топливно-энергетического комплекса (далее –ТЭК) России в ВВП страны в части производства, распределения и передачи электроэнергии составил в 2014-2016 гг. 1,83-2,06 %, что является особенно заметным на фоне того, что электроэнергетика является базовой инфраструктурной отраслью, обеспечивающей внутренние потребности народного хозяйства и населения в электроэнергии, а также экспорт в страны ближнего и дальнего зарубежья.

В этих условиях обеспечение стратегической устойчивости функционирования и развития российской электроэнергетики, как уже было отмечено выше, входит в число приоритетных национальных задач. Важнейшей составляющей стратегической устойчивости электроэнергетической отрасли в целом является финансовая устойчивость отдельных электроэнергетических компаний.

В общем случае, финансовая устойчивость предприятия представляет наиболее емкий, концентрированный показатель, отражающий «способность предприятия успешно функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внешней среде, постоянно поддерживать свою платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска. Устойчивое финансовое состояние, положительно влияет на объемы основной деятельности, обеспечение нужд производства необходимыми ресурсами» [3, с 150]. Таким образом, финансовую устойчивость электроэнергетических компаний можно рассматривать как стабильное финансовое состояние компании, обеспечивающее эффективное, рациональное и сбалансированное распределение и использование ее активов и капитала с учетом специфики хозяйственной деятельности на национальном электроэнергетическом рынке.

Важнейшим условием обеспечения финансовой устойчивости электроэнергетических компаний является их платежеспособность, характеризующая способность и своевременность выполнения финансовых обязательств, возникающих в процессе производства (в том числе производства в режиме комбинированной выработки электрической и тепловой энергии), передачи электрической энергии, оперативно-диспетчерского управления в электроэнергетике, сбыта и потребления электрической энергии с использованием производственных и иных имущественных объектов. При этом финансовая устойчивость как показатель финансового состояния электроэнергетических компаний зависит от ряда факторов, представленных на рисунке 1.

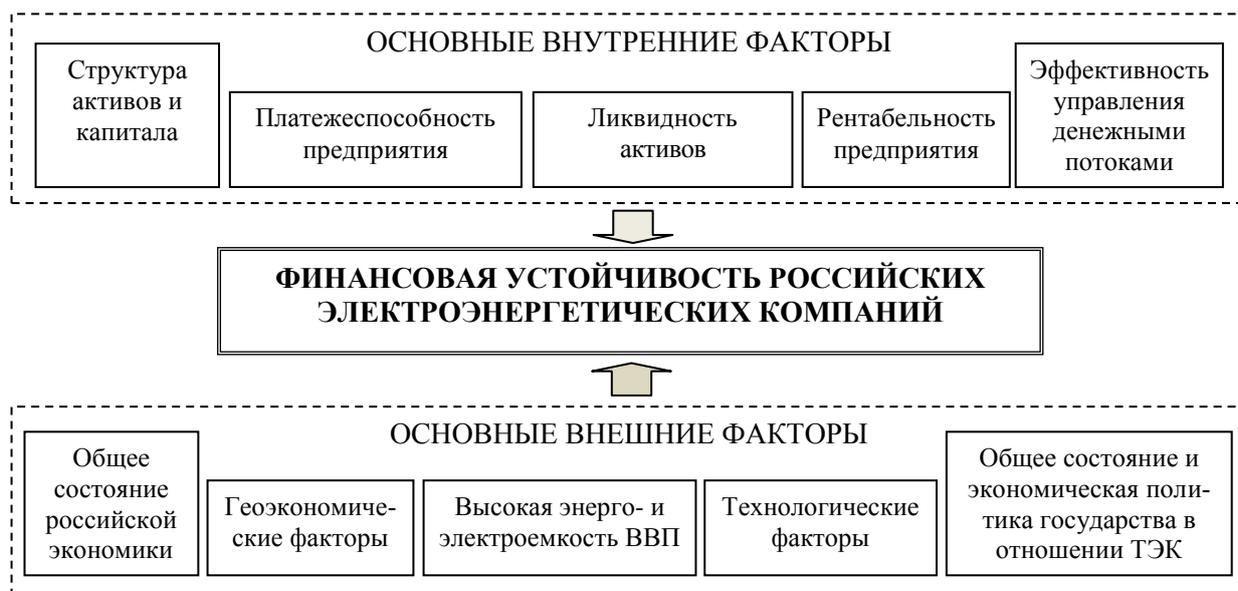


Рис. 1. Основные факторы, влияющие на финансовую устойчивость российских электроэнергетических компаний

Таким образом, финансовая устойчивость электроэнергетических компаний, как и любых хозяйственных организаций, напрямую взаимосвязана с двумя группами факторов: внутренними и внешними.

Внутренние факторы, в первую очередь, характеризуются различными показателями финансового состояния предприятия, отражающими степень ликвидности его активов, уровень платежеспособности, структуру активов и пассивов, рентабельность организации и степень эффективности управления денежными потоками. Кроме того, к внутренним факторам финансовой устойчивости предприятий согласно [4] следует отнести способность руководителей эффективно управлять компанией, достаточность прибыли, состав и особенности имущественного комплекса, имеющиеся резервы и запасы, а также имидж организации. При этом к специфическим внутренним факторам, оказывающим негативное влияние на финансовую устойчивость большинства российских электроэнергетических компаний, можно отнести: старение и высокий уровень износа основного энергетического оборудования, низкие темпы его обновления; эксплуатация энергетического оборудования за пределами нормативных сроков при недостатке стимулов для вывода его из эксплуатации и модернизации; органичные возможности для привлечения долгосрочных финансовых ресурсов.

Внешние факторы в основном зависят от экономической политики, которую проводит государство в целом в отношении топливно-энергетического комплекса страны, в том числе в отношении совершенствования его территориально-производственной структуры. Кроме того, на финансовую устойчивость российских электроэнергетических компаний также влияют такие внешние факторы как [5]: замедленное посткризисное развитие экономики и электроэнергетики России, геополитические факторы (трансформация и нестабильность мировых энергетических рынков под влиянием геополитической и межтопливной конкуренции (традиционных и возобновляемых источников энергии), высоких темпов научно-технического развития, волатильности цен на энергоносители, неизбежность экономических кризисов); чрезмерная зависимость электроэнергетики России от импорта оборудования, технологий, сервисных, инжиниринговых услуг и капитала в условиях экономических санкций; высокий уровень энергоемкости и электроемкости ВВП России, низкая энергоэффективность отрасли; незавершенность модели функционирования внутренних энергетических рынков, недостаточный уровень конкуренции на рынке электроэнергии и мощности; проблема перекрестного субсидирования и установления экономически обоснованных цен (тарифов) на электроэнергию и др.

Управление финансовой устойчивостью российских электроэнергетических компаний требует от руководителей данных организаций умелого учета обозначенных факторов при принятии и реализации управленческих решений в процессе ведения финансово-хозяйственной деятельности. При этом особое внимание следует уделять группе внутренних факторов финансовой устойчивости предприятия, поскольку именно они находятся в подконтрольной ему зоне (поддаются воздействию и регулированию со стороны менеджмента предприятия). Воздействуя на них целенаправленно, предприятие способно обеспечить внешнюю финансовую устойчивость (платежеспособность), проявляющуюся в способности своевременно и в полном объеме отвечать по своим обязательствам перед внешними контрагентами, а также внутреннюю финансовую устойчивость, выражающуюся в рациональном покрытии активов предприятия источниками их финансирования. Здесь также нельзя забывать и про внешние факторы финансовой устойчивости предприятий российской электроэнергетики, поскольку они не только взаимосвязаны с внутренними факторами, но в некоторых случаях определяют их состояние и степень воздействия. В связи с тем, что большая часть внешних факторов финансовой устойчивости неподконтрольна конкретным российским электроэнергетическим компаниям, они должны сосредоточиться в основном на организации системного мониторинга данных факторов и анализе исходящих от них потенциальных возможностей и угроз с принятием соответствующих превентивных действий.

Литература:

1. Ежегодник 2016. Мировая энергетическая статистика [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://yearbook.enerdata.ru/>
2. Национальные счета // Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/vvp-god/tab10a.htm
3. Проблемы улучшения финансовой деятельности коммерческой организации / М.И Черутова., О.В. Черутова // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – Братск: Изд-во: Братский государственный университет, 2007. – С. 147-150; [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://elibrary.ru/download/elibrary_21482642_51712014.pdf (01.04.2017)
4. Финансовый анализ: риски, кредитоспособность, инвестиции: Учебное пособие / Д.С. Броухин, С.В. Царева, Н.Б. Гапоненкова и др. – М.: Издательский дом «Академия Естествознания», 2013. – 365.
5. Электроэнергетика России: проблемы и стратегические направления развития отрасли / З.Т. Дускабилова // Economics: Yesterday, Today and Tomorrow. – 2016. – № 9. – С. 116-128.

УДК 338

Анализ текущей ситуации и перспективы развития аптечного бизнеса в России

А.С. Афанасьев¹, В.В. Салакина²

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

¹afanasev_aleksey@mail.ru, ²vika.salakina96@mail.ru

Ключевые слова: аптечная сеть, фармдистрибьютор, лекарственные препараты, фармацевтический рынок, розничная цена.

В статье рассмотрены вопросы, связанные с развитием аптечного бизнеса, проанализирован аптечный рынок за последние три года, а также выявлены основные проблемы ведения аптечного бизнеса и предложены пути их решения.

У каждого человека существуют свои интересы, свои потребности, они могут быть различными: еда, одежда, комфортный отдых, общение, красота, социальный статус и т.д., которые в свою очередь должны быть удовлетворены. Немаловажной потребностью для человека, независимо от его возрастной категории, является потребность в лекарственных препаратах. Лекарства покупаются ежедневно, они необходимы как пожилым людям, так и детям и людям среднего и младшего возраста. Именно поэтому аптечный бизнес с каждым годом лишь процветает и развивается.

Аптечный бизнес довольно-таки прибыльный вид деятельности, стремящийся к улучшению и развитию дальнейшей перспективы, но и в то же время - это бизнес, требующий колоссальных инвестиций и специальных знаний. [1] Предприниматель должен иметь либо много денег, либо обладать огромным талантом, чтобы в скором времени оправдать все затраты и получить хорошую прибыль.

Общеизвестно, что создание нового предприятия требует тщательной проработки всех нюансов, определения возможных проблем, а также пути их решения, требуется составление бизнес-плана. В данной сфере точный бизнес-план составить проблематично. Связано это с тем, что аптечный бизнес является лицензируемым видом деятельности, у этого бизнеса сложная организация всего торгового процесса, также у этого бизнеса достаточно много нюансов, которые являются теневой стороной данного вида деятельности.

Как уже было отмечено ранее, аптеки развиваются с каждым годом все стремительнее и стремительнее. Рассмотрим и проанализируем аптечный рынок с 2015 года по начало 2017 года, какие изменения произошли в этот период и как они повлияли на развитие аптечной деятельности.

2015 год оказался одним из самых сложных для всей фармацевтической сети. Сложности эти были вызваны быстрым изменением курса рубля, резким снижением покупательной способности людей и изменениями потребительских предпочтений. [2] Наиболее неблагоприятный период времени - февраль - август 2015 года. Аптекам в этот период пришлось особенно тяжело.

В начале февраля почти все фармдистрибьюторы изрядно повысили цены, а так же уменьшили период отсрочки платежей, что повлекло за собой повышение аптеками розничной цены на лекарственные препараты и другие товары. Но данная проблема затронула не все аптечные сети, а только мелкие, которые напрямую зависят от дистрибьютора, для крупных аптек отсрочка по поставкам почти не изменилась.

Следствием такого изменения цен стало то, что люди, в целях экономии своих денежных средств, стали покупать более дешевые лекарства, а спрос на дорогие препараты, биологически активные добавки, косметику и другие продукты значительно снизился. В среднем спрос на лекарства снизился до 10%. В сентябре 2015 года цены на лекарства, выпускаемые по рецепту, по сравнению с 2014 годом были повышены почти на 15 %, безрецептурные подорожали на 11 %. В это же время происходит рост цены дополнительного ассортимента на 35% и медицинских изделий примерно на 27%.

Несмотря на то, что аптеки значительно увеличили цены на продукцию, потери и затраты не были оправданы, так как среди прочих препаратов 36% приходится на жизненно необходимые и важные лекарства (ЖНВЛП), цены на эти препараты регулируются государством, и сами аптеки не могут назначать и устанавливать цены. В 2015 рост цены на такие лекарственные препараты не превышал 6%.

В общем можно сделать вывод, что в результате инфляции и резкого падения курса рубля происходит рост рынка в рублевом исчислении и увеличение выручки, что является положительной тенденцией, но в любом бизнесе, есть как плюсы, так и минусы. Минус в данном случае – сохранение давления на доходность.

Рейтинг аптечных сетей по различным показателям за 2015 год представлен на рисунках ниже.

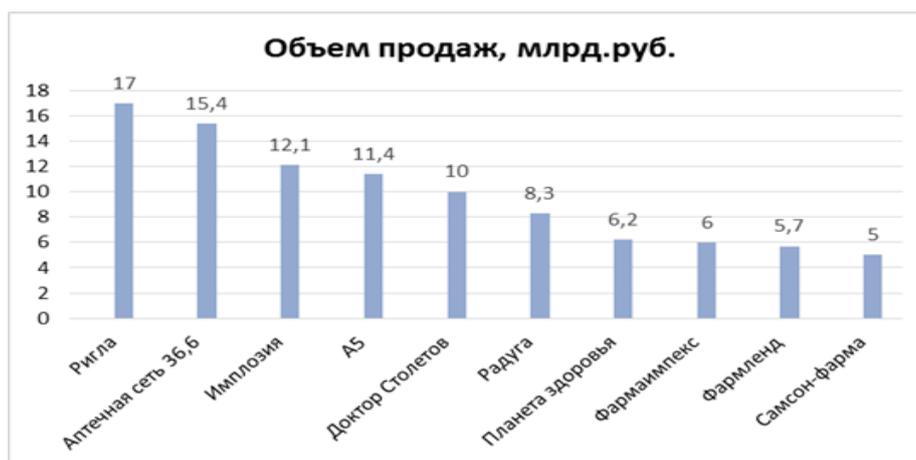


Рис.1. Объем продаж аптечных сетей за 2015 год

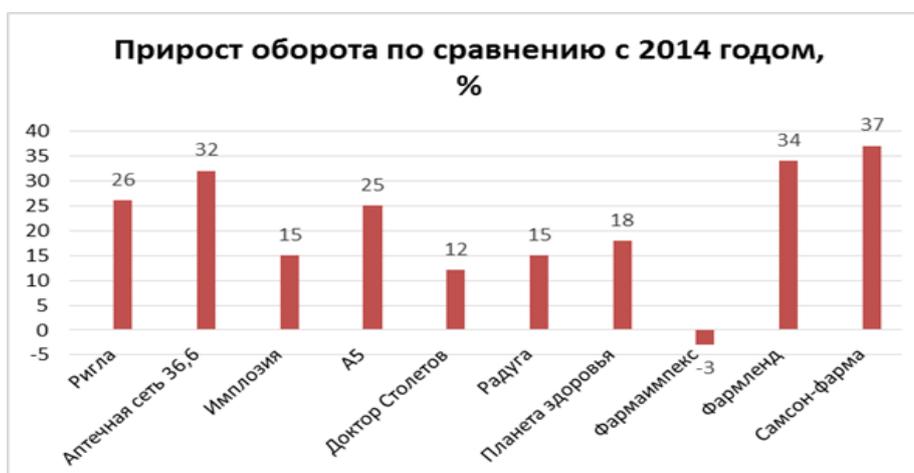


Рис. 2. Прирост оборота аптечных сетей в 2015 году



Рис. 3. Количество точек продаж аптечных сетей в 2015 году

По объему продаж лидирует «Ригла» (17 млрд. руб.) и аптечная сеть 36,6 (15,4 млрд. руб.), это наиболее крупные аптечные сети в России. По приросту оборота первое место занимает аптечная сеть Самсон – фарма (37%), а второе место – Фармлэнд (34%), и 36,6 – 32%, по количеству точек продаж лидируют Имплюзия (1378 точек), Ригла (1324 точки) и А5 (1067 точек). На протяжении всего 2015 года наблюдалось противостояние между двумя лидирующими аптеками – «Ригла» и «Аптечная сеть 36,6». Экономический кризис существенно по-

влият на итоги года и на развитие аптечной деятельности, тем самым увеличив конкуренцию между данными участниками и добавив некоторые изменения между производителями и дистрибьюторами.

Продажа лекарственных средств в России в 2016 году по сравнению с 2015 годом выросла на 8,8%. Общее число проданных лекарств, по всем аптечным сетям, составило 4123 млн. упаковок, на общую сумму 612 млрд рублей (в ценах закупки аптек),

Начиная с конца весны 2016 года продажа лекарственных препаратов увеличивалась, но продажа лекарств в упаковках снизилась до 1-2%. Объем продаж по сравнению 2015 годом увеличился не только в стоимостном выражении, но и в натуральном.

Рост цен на лекарства на аптечном рынке за 12 месяцев 2016 года составил 5%, его можно сравнить с индексом потребительских цен (данные Госкомстата, индекс = 5,4%). Аптеки в обычном порядке поднимают цены на более дешевые лекарства: в 2016 году на препараты, стоимость которых достигала 50 рублей, цена повысилась на 7,2%. На препараты, стоимость которых варьируется от 150 до 500 рублей цена выросла на 6,9% (рост выше среднего). На лекарства, стоимость которых 50 рублей и выше (150 рублей) рост цены составил 4,9%. На более дорогостоящие препараты, которые стоят свыше 500 рублей, цена повысилась незначительно, всего на 1,8%, по сравнению с концом 2015 года.

За 2016 год процент отечественных препаратов в стоимостном выражении был равен 27,3% и в натуральном - 57,4%. Продажа отечественных лекарственных препаратов в рублях выросла на 19%, а препаратов иностранных производителей - на 6%. Средняя стоимость одной упаковки препарата российского производителя в 2016 году составила 72 рубля, а стоимость препарата импортной упаковки - 253 рубля. Из этого можно сделать вывод, что препараты российского производства в большей мере повлияли на рост рынка, чем импортные препараты. Соотношение объемов продаж импортных и отечественных лекарственных препаратов на коммерческом аптечном рынке России в декабре 2016 года можно увидеть на рисунке:

Соотношение объемов продаж импортных и отечественных ЛП на коммерческом аптечном рынке России в декабре 2016 г., %

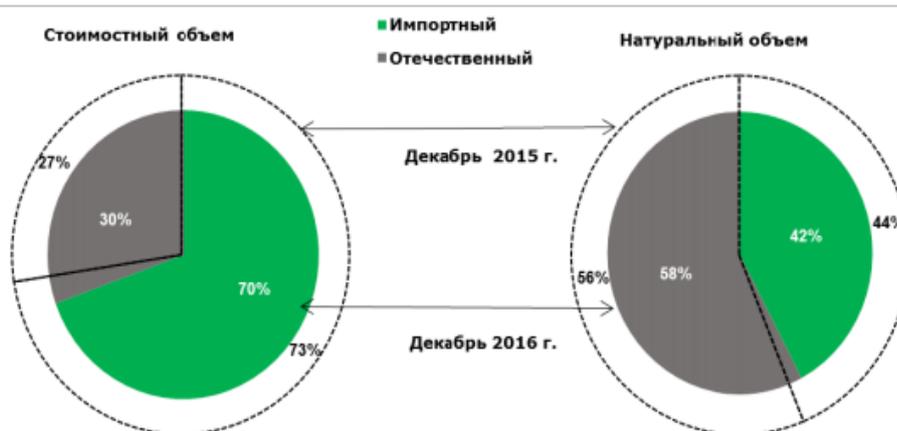


Рис. 4. Соотношение объемов продаж импортных и отечественных ЛП в декабре 2016 года

Соотношение объемов продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом аптечном рынке России в феврале 2017 г., %

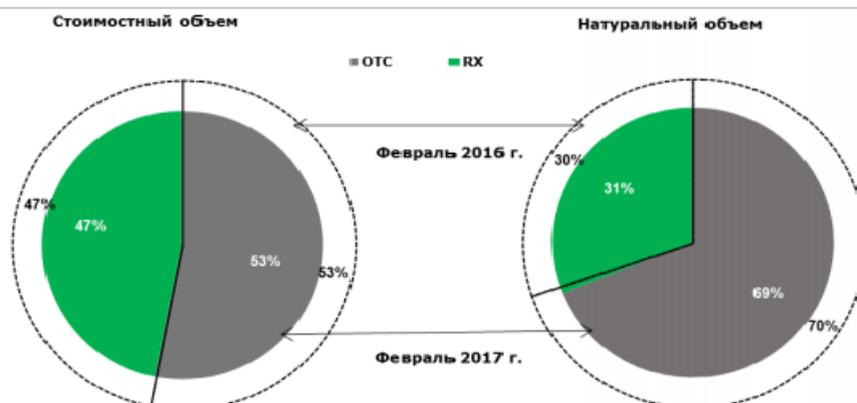


Рис. 5. Соотношение объемов продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска в феврале 2017 года

В феврале 2017 года объем продаж лекарственных препаратов ровнялся 53,2 млрд. руб. (с учетом НДС). Емкость рынка по сравнению с январем 2017 года уменьшилась на 5,8%, объем продаж наоборот, по сравнению с февралем 2016 года увеличился на 14%. Средняя цена одной упаковки лекарства в феврале 2017 года по сравнению с январем 2017 года повысилась на 1% и составляла 153,3 руб.

В феврале 2017 года цена в рублях снизилась на 0,7%. Произошло повышение индекса цен на 1,4% (в долларовом соотношении). Инфляция цен на препараты, начиная с января 2016 года, в рублевом выражении составляла 5,2%, а в долларовом – 20,2%

На коммерческом рынке ЛП в феврале 2017 года по сравнению с 2016 годом в отношении цены произошли некоторые изменения: увеличение средней стоимости лекарств, цена которых от 50 до 150 рублей, на 0,7%; на препараты, стоимость которых варьируется от 150 до 500 рублей, удельный вес остался неизменным, в январе 2016 и 2017 года этот показатель был равен 47,7%; В течение месяца доля рассматриваемого ценового сектора снизилась до 1,8%, что повлекло за собой незначительное увеличение средней стоимости ЛП. В итоге средняя цена одной упаковки ЛП составила 270 рублей.

Дорогостоящие препараты в феврале текущего года составили 31% от общего объема ЛП, это на 1,5% выше, чем в январе 2017 года. Средняя цена упаковки препарата в феврале 2017 года по сравнению с февралем 2016 года повысилась на 0,7% и составляла 917 рублей.

Доля отечественных препаратов, по итогам января-февраля 2017 года, составляла 58% (в натур. единицах), по отношению к препаратам иностранного производителя они занимали 30% (в стоимостном выражении) из-за не высокой цены.

Коммерческий рынок на конец февраля 2017 года был заполнен на 47% препаратами, выпускаемыми по рецепту, и на 53% безрецептурными.

Первое место в рейтинге по объему продаж в феврале 2017 года заняла компания Bayer, второе место - Sanofi, третье место - Novartis.

Исходя из всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что неблагоприятным годом для аптечных сетей выдался 2015 год, когда затраты на производство и реализацию росли, а прибыль была минимальной. В 2016 и начале 2017 года можно увидеть, что развитие аптечного сектора набирает обороты, растет доля отечественных препаратов, происходит снижение цен и снижение емкости рынка за счет увеличения объемов продаж. В 2016 году аптечный рынок располагал 980 фирмами-производителями ЛП, а на начало 2017 года их число составило 922.

Рассмотрим основные проблемы аптечного бизнеса:

- Отсутствие сбалансированной системы управления [3, с.23];
- Несоответствие ассортимента аптеки покупательскому спросу;
- Выпуск большого количества лекарственных препаратов по рецепту;

- Качество препаратов на аптечном рынке, условия их хранения;
- Проведение ценообразования без конкурентного анализа;
- Не развита в полной мере система мотивации для сотрудников, а если она и есть, то направлена скорее на сам процесс, чем на результат;
- Нехватка высококвалифицированных кадров, их текучесть;
- Низкая средняя заработная плата;
- Качество обслуживания;
- Сложность дифференциации и др.

В соответствии с обозначенными проблемами можно предложить следующие пути их решения:

1. формирование сбалансированной системы управления, что в свою очередь позволяет уменьшить зависимость от квалификации кадров и изменить спрос;
2. наличие в ассортименте препаратов первой необходимости;
3. работать в данной сфере должен высококвалифицированный персонал, так как от этого напрямую зависит уровень и качество обслуживания;
4. регулирование количества аптечных сетей, введение квоты на открытие аптек в городах, а также стимулирование открытия аптек в малых населенных пунктах;
5. мероприятия для повышения мотивации работников, увеличение заработной платы, выплата премий и др.;
6. усиление контроля за работой аптечных организаций и за надлежащим качеством выпускаемых лекарственных препаратов, пресечение продажи лекарств, с истекшим сроком годности;
7. для сохранения своей жизнеспособности аптекам необходимо разрабатывать внутренние программы по снижению издержек и др.

Таким образом, можно сделать вывод, что решение многих проблем аптечного фармацевтического рынка находится в плоскости активного взаимодействия между государством и гражданским обществом. Необходимо совершенствовать нормативную базу, восстанавливать вертикали управления деятельностью аптечных организаций, усилить контроль за работой аптек, а также мотивировать работу специалистов. Стимулирование является сложным элементом мотивирования работников.

Е.А. Сладкова в своей научной работе «Мотивация персонала как основа системы управления» выделила причину такой сложности: «Сложность стимулирования как способа управления состоит в том, что необходимо знать не только цели организации, но и структуру потребностей работника, так как искусство управления поведением через систему стимулирования состоит в том, чтобы работник воспринимал стимулы через структуру своих потребностей» [4, с.2].

Литература:

1. Аптечный бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://infofreedom.ru/gredprinimatelstvo/aptechnyj-biznes.html> (дата обращения 19.01.2017).
2. Елена Виноградова. Газета «Ведомости» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2015/11/10/616114-apteki-ischut-retsepti-vizhivaniya-krizis> (дата обращения 09. 11. 2015 22:24) Статья опубликована в № 3956 от 10.11.2015 под заголовком: «Как вылечить продажи».
3. Лисовский Павел. Журнал «Российские аптеки» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lisovskiyр.com/articles/interview.pdf> (дата обращения декабрь 2017 года).
4. Сладкова Е.А. «Мотивация персонала как основа системы управления» Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2008. Т. 1. С. 124-128.

УДК 001.895

Формирование инновационной политики современных предприятий

Н.А. Гончарова¹, Е.А. Сладкова², Д.С. Шамсутдинова³

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

1goncharova-n@mail.ru, 2sladkova-ea@mail.ru, 3dashunya200894@mail.ru

Ключевые слова: инновационная политика, инновационный менеджмент, нововведение, конкурентные преимущества.

Статья посвящена некоторым вопросам экономической теории, касающихся инновационного менеджмента коммерческих организаций. Приведен краткий обзор сущности инновационной политики организации, процесс формирования и этапы разработки. Рассматриваются варианты инновационной политики на примере таких организаций, как ОАО «РЖД» и ПАО «Аэрофлот - российские авиалинии».

Инновационная политика предприятия представляет собой определение руководством предприятия и его научно-техническими подразделениями целей инновационной стратегии и механизмов поддержки приоритетных инновационных программ и проектов предприятия.

Формирование инновационной политики предполагает выбор из совокупности альтернативных направлений (путей) осуществления инновационной деятельности, которые могут быть реализованы организацией. На этапе выбора направлений происходит формирование инновационных целей. Для их реализации разрабатывается инновационная стратегия. Инновационная политика может быть направлена на цели развития организации или (при неблагоприятных возможностях роста) на сохранение ее активов в изменившейся ситуации.

Существуют два подхода к разработке и реализации научно-технической политики и процессу внедрения инновации на предприятии.

1) Когда движущими силами процесса являются компании-инноваторы, первыми внедряющие инновации на своих предприятиях; их действия стимулируются возможностью получения временных значительных прибылей. Данный подход связывает внедрение и последующее распространение инноваций с возможностью либо быстрого и существенного снижения издержек производства, либо скорого рыночного успеха, проявляющегося в резком росте спроса.

2) Когда процесс внедрения и последующего распространения инноваций связан, прежде всего, с возможностью первоначального обеспечения лишь какого-то небольшого сегмента рынка и получения минимальной прибыли на этой основе. В дальнейшем научно-техническая политика, совместно с политикой маркетинга, ориентируется на последующее завоевание, может быть, и долгое, значительно большей доли рынка, что должно соответственно привести в будущем к увеличению прибыли. Такая научно-техническая политика предполагает наличие у предприятия долгосрочной и устойчивой стратегии в области НТП. При этом в расчет принимается не только рынок конкретной инновации, но и возможность развертывания сопряженных производств. [1]

При формировании инновационной политики организации важно учитывать степень «скрытых потребностей» в нововведениях, а именно:

а) потребность предвосхищаемую, которая возникает в случае, когда необходимая потребность ощущалась пользователями до появления нововведения и когда действия были направлены на сокращение временного разрыва (мгновенная фотография);

б) появившаяся после открытия или изобретения потребность (рентген, беспроводная связь, телеграф);

в) потребность, которая не возникала длительное время после открытия или изобретения (лазеры, оптимальный раскрой листа);

г) негативная потребность, или фактический отказ, отмечается в случае, когда одна из групп потенциальных пользователей отрицает потребность и задерживает реализацию нововведения (швейные машины).

Проблема выявления потребности в инновации значительно упрощается при использовании процессной ориентации организации, т. е. все разработки на предприятии координируются с соответствующими разработками, проводимыми на предприятиях-клиентах.

При разработке инновационной политики широко используют экономико-математические модели. Успешно реализуемая инновационная политика обеспечивает постоянную связь между всеми этапами осуществления инноваций и согласует действия служб предприятия, непосредственно участвующих в инновационном процессе (службы НИОКР, маркетинга, производственного отдела, финансовых служб). [2]

Процесс разработки инновационной политики организации может быть представлен следующими этапами:

1 этап – систематизация поступающих идей:

а) сбор информации о технологических изменениях на рынке, об инновациях, поступающих из конструкторских и технологических подразделений, служб маркетинга, сбытовых подразделений, торговых посредников, конечных потребителей (пожелания, требования, рекламации);

б) сбор информации о потенциальных возможностях организации в отношении разработки и освоения продукции, определение степени и размеров риска;

в) сбор информации о целевых рынках и долгосрочных тенденциях их развития.

2 этап – отбор выявленных идей и разработка новых идей (инновации):

а) определение возможностей практической реализации идей;

б) выяснение степени технологической общности новых и традиционных изделий;

в) определение соответствия инновации стратегии развития.

3 этап – анализ экономической эффективности инноваций:

а) четкое знание момента начала разработки инновации, когда идея приобретает вид конкретного проекта;

б) определение технико-экономических характеристик инновации, оценка ее качества;

в) определение расходов (инвестиций) на разработку и внедрение инновации, а также сроков их окупаемости;

г) расчет необходимых ресурсов для разработки инновации: финансовых, кадровых, материально-технических;

д) определение сроков внедрения инновации;

е) анализ и оценка рентабельности инновации.

4 этап – разработка инновации:

а) разработка конкретной инновационной программы с четким разделением обязанностей по подразделениям организации;

б) разработка и проведение необходимых испытаний (проверка на экологичность, безопасность и пр.).

5 этап – принятие решения о внедрении инновации в производство на основе программы маркетинга по инновации, отражающей:

а) коммерческое обоснование инновации: рентабельность, степень удовлетворения спроса и потребностей, каналы и методы продажи, наличие опыта в продаже;

б) производственные возможности организации: использование имеющихся мощностей, обеспеченность ресурсами, квалифицированными кадрами;

в) финансовые возможности: общая сумма инвестиций в освоении и продаже инноваций, источники финансирования, предполагаемые результаты – прибыльность или убыточность на расчетный период;

г) соответствие нормативным показателям – стандартам, государственным нормам и т. д.;

д) обеспечение патентной защиты инновации. [3]

С целью повышения конкурентоспособности и экспорта наукоемкой продукции, совершенствования системы управленческого учета, повышения эффективности работы информационных, патентных, метрологических служб предприятия, служб маркетинга, ремонта, финансово-экономических и производственно-технологических подразделений определяются мероприятия по развитию новых производств и подразделений. Уточняются системы управленческого учета (сбалансированной системы критериев) и материального стимулирования реализации инновационной политики предприятия.

Ниже приведены примеры инновационной политики таких организаций, как ОАО «Российские железные дороги» (ОАО «РЖД») и ПАО «Аэрофлот - российские авиалинии». [4]

Железнодорожный комплекс имеет особое стратегическое значение для России. Он является связующим звеном единой экономической системы, обеспечивает стабильную деятельность промышленных предприятий, своевременный подвоз жизненно важных грузов в самые отдаленные уголки страны, а также является самым доступным транспортом для миллионов граждан.

Инновационное развитие ОАО «РЖД» осуществляется в соответствии с задачами, которые определены Стратегией развития железнодорожного транспорта в Российской Федерации до 2030 года.

Цель инновационного развития компании - достижение эффективности результатов при постоянном росте качества предоставляемых услуг, высоком уровне инноваций и безопасности перевозок.

Стратегические направления инновационного развития ОАО «РЖД»:

- совершенствование системы управления перевозочным процессом и транспортной логистики,
- обновление инфраструктуры,
- обновление подвижного состава,
- совершенствование системы управления и обеспечения безопасности движения поездов, снижение рисков чрезвычайных ситуаций,
- повышение надежности работы и увеличение эксплуатационного ресурса технических средств,
- корпоративной системы управления качеством, охраны окружающей среды, системы технического регулирования,
- развитие высокоскоростного движения,
- повышение экономической эффективности деятельности компании,
- повышение энергетической эффективности деятельности компании,
- разработка и внедрение новых технологий по охране окружающей среды,
- совершенствование системы технического регулирования,
- внедрение инновационных спутниковых и геоинформационных технологий.

Задачи:

- реализация Стратегии и Программы инновационного развития ОАО «РЖД» на период до 2030 года,
- разработка Программы инновационного развития на следующий среднесрочный период,
- достижение целевых показателей инновационного развития,
- доведение уровня технического развития ОАО «РЖД» до лучших мировых показателей,
- обеспечение технологического лидерства холдинга «РЖД» и сохранение ключевых компетенций,
- обеспечение качества предоставляемых услуг и эффективности производственной деятельности,
- повышение уровня безопасности производственных процессов.

В ОАО «РЖД» сформирована система инновационного менеджмента, обеспечивающая полный цикл внедрения инновационных проектов – от определения стратегических направ-

лений и целевых параметров развития до получения новых продуктов и оценки их результативности. Схема управления инновационным развитием ОАО «РЖД» представлена на рисунке 1.

Укрупненная схема управления инновационным развитием

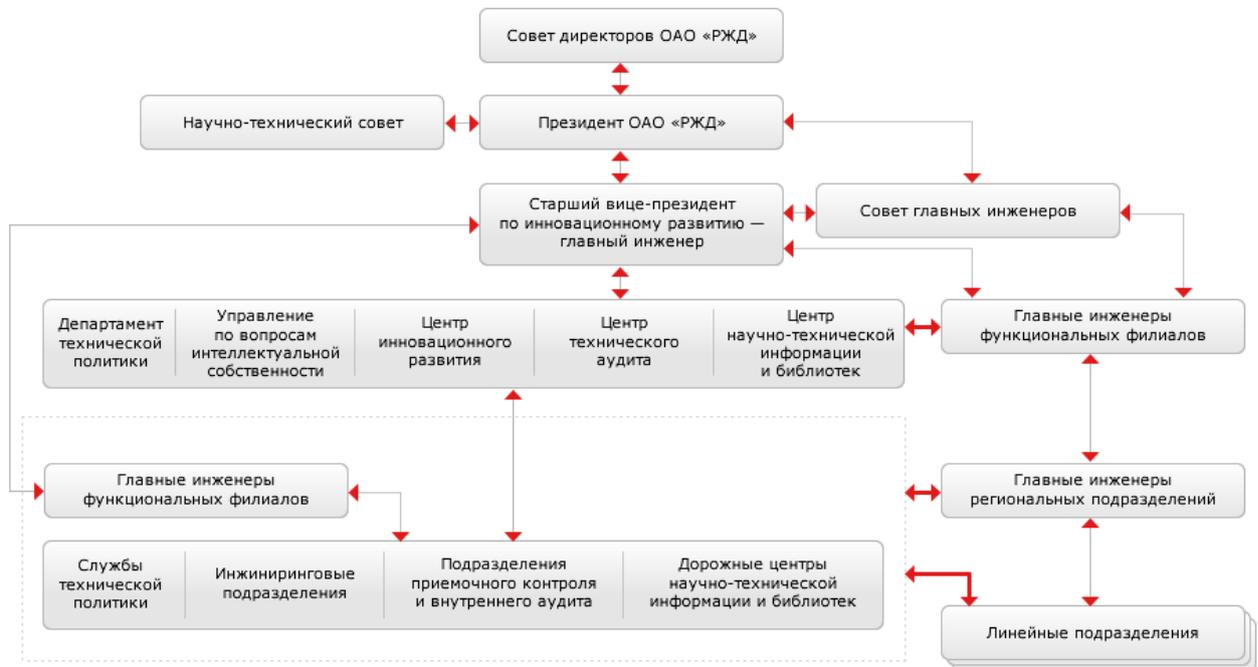


Рис. 1. Укрупненная схема управления инновационным развитием ОАО «РЖД»

С 2006 года ОАО «РЖД» тесно взаимодействует с Российской академией наук. Более 30 институтов РАН принимают активное участие в выполнении важных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по заказу ОАО «РЖД».

При участии экспертов РАН определен технический уровень развития ОАО «РЖД». Его результаты учитывались при подготовке основных программных документов компании на среднесрочный период в области инновационного развития: «Стратегии инновационного развития ОАО «Российские железные дороги» на период до 2030 г.» («Белая книга» ОАО «РЖД») и актуализированной «Программы инновационного развития ОАО «Российские железные дороги на период до 2030 года». [5]

Помимо институтов РАН ОАО «РЖД» взаимодействует в области научно-технического сотрудничества с такими организациями как:

- а) ГК «Роснефть» и ОАО «Газпром»,
- б) ОАО «Роснано»,
- в) ГК «Росатом»,
- г) Российский фонд фундаментальных исследований (РФФИ).

Компания осуществляет взаимодействие с зарубежными партнерами:

- а) SWARCO (Австрия),
- б) Ассоциация американских железных дорог,
- в) SKF (Швеция),
- г) Кнор-Бремзе Систем (Германия),
- д) ЕвразХолдинг,
- е) АО «Татравагонка» (Словакия),
- ж) Сименс АГ.

Программа инновационного развития Группы Аэрофлот (далее – ПИР) разработана в соответствии с перспективными планами Группы Аэрофлот, Долгосрочной программой развития и интегрирована в Стратегию развития.

ПИР Группы Аэрофлот в первую очередь направлена на улучшение (поддержание на высоком уровне) значимых для компании показателей, связанных с безопасностью, пунктуальностью и качеством обслуживания пассажиров, на повышение синергии существующих бизнес-процессов и улучшение качества реализуемого продукта компании.

Составной частью инновационной деятельности компании является реализация плана исследований и разработок (далее - ИиР). Под ИиР понимается творческая деятельность и работы, осуществляемые собственными силами или по заказу сторонними организациями на систематической основе с целью пополнения базы знаний и их применения в производственной, маркетинговой и организационной деятельности компании. [6]

ПИР включает основные мероприятия инновационной деятельности Группы Аэрофлот и ключевые показатели ее эффективности в краткосрочной и долгосрочной перспективах — до 2025 г.

Осуществление ИиР рассматривается как эффективный способ разработки прорывных технологий, в особенности в тех случаях, когда необходимы адаптивность и способность к «встроенности» в текущую и многообразную деятельность.

Планирование ИиР осуществляется в рамках приоритетных направлений социально-экономического развития РФ, способствующих повышению летной и экологической безопасности, энергоэффективности и ресурсосбережению, физической и экономической доступности авиатранспорта, оптимизации наземной авиационной инфраструктуры и росту удовлетворенности и лояльности клиентов.

При планировании выделяются 5 технологических групп.

1. Технологии, направленные на повышение уровня безопасности и надежности, предотвращение авиакатастроф;
2. Технологии «озеленения» авиаперевозок — экологические и эргономические системы;
3. Технологии энергосбережения и снижения ресурсоемкости;
4. Технологии, направленные на повышение физической и экономической доступности авиатранспорта, а также на рост удовлетворенности и лояльности клиентов
5. Технологии оптимизации наземной авиационной инфраструктуры с использованием новейших информационных и логистических систем.

В рамках указанных технологических групп сформирован перечень инновационных мероприятий, планируемых к реализации на долгосрочную перспективу.

Основным направлением инновационного развития Группы Аэрофлот является разработка и внедрение передовых технологий в производственной и организационной сферах с применением современных методов кооперации и сотрудничества с субъектами малого и среднего предпринимательства, вузами и научно-исследовательскими организациями.

Экологическая политика ПАО «Аэрофлот» полностью отвечает стратегии Международной ассоциации воздушного транспорта, направленной на снижение негативного воздействия авиатранспортной отрасли на окружающую среду, и реализуется по следующим четырем направлениям:

- а) модернизация и обновление самолетного парка;
- б) совершенствование наземных операций и процедур (в т. ч. Этапов взлета и подхода, инструментариев, используемых при планировании полетов);
- в) совершенствование инфраструктуры (зоны аэропортов);
- г) решение экономических проблем (в т.ч. введение налоговых послаблений для инвестиций в современную авиатехнику и оборудование с высокой топливной эффективностью).

Ключевым направлением инновационного развития Аэрофлот считает повышение безопасности полетов, а также создание комплексной системы безопасности и противодействия

терроризму. Реализация предложенных в программе мер позволит существенно (до 40%) снизить количество чрезвычайных ситуаций, а также уменьшить уровень аварийности.

Ряд инноваций в деятельности Аэрофлота связан с внедрением информационных технологий. Для повышения эффективности перевозок предусмотрено создание централизованной системы управления производственными и организационными процессами. Это обеспечит автоматизацию деятельности всех подразделений компании. Получат дальнейшее развитие системы обслуживания пассажиров в режиме онлайн.

Стратегия сотрудничества с вузами и научными организациями преследует следующие основные цели, обусловленные ключевыми вызовами ПАО «Аэрофлот» и авиационной отрасли РФ:

- а) обеспечение компетентными специалистами в условиях кадрового дефицита;
- б) повышение общего уровня конкурентоспособности для завоевания лидирующих позиций на глобальном рынке.

В среднесрочной перспективе ПАО «Аэрофлот» будет расширять партнерскую сеть вузов и научных организаций в регионах присутствия Компании в целях проведения совместных ИиР, подбора и совместной подготовки кадров, повышения квалификации сотрудников, научно-технического прогнозирования, обмена научно-технической информацией, формирования технологических платформ.

Следуя мировой практике взаимодействия компаний с научными и исследовательскими организациями, ПАО «Аэрофлот» размещает на корпоративном сайте (www.aeroflot.ru) информацию о проведении конкурса для поиска компетентных исполнителей (вузов, научных организаций, малых и средних предприятий) по реализации востребованных ИиР. Тематические направления приоритетных ИиР (включая цели и задачи ИиР) будут публиковаться в специальном разделе портала «Российская сеть трансфера технологий» (www.rtn.ru), оформленном в корпоративных стандартах ПАО «Аэрофлот». Вузы, научные организации, субъекты малого и среднего предпринимательства (СМСП) будут официально проинформированы (при участии Министерства образования и науки Российской Федерации) о возможности размещать свои предложения по конкретным ИиР в открытом доступе на данном портале в разделе ПАО «Аэрофлот». Отбор наиболее компетентных исполнителей будет осуществляться членами Комитета по инновационному развитию, а его решения — публиковаться на корпоративном портале.

В целях эффективности научной коммуникации ПАО «Аэрофлот» планирует совместно с вузами организовывать 1–2 раза в год научные конференции и принимать активное участие в широком обсуждении актуальных проблем инновационного развития авиационной отрасли - производства, сервиса, управления и мониторинга.

В рамках работы с СМСП Аэрофлот сосредотачивает основные усилия на следующих формах работы: привнесении знаний извне, передаче знаний во внешнюю среду, инновациях по инициативе пользователей.

Эффективность сотрудничества с инновационными компаниями обеспечивается:

– Размещением заказа на разработку инновационной продукции в рамках электронной площадки по осуществлению закупочной деятельности, которая уже внедрена ПАО «Аэрофлот» и развитие которой позволит получить новое качество.

– Преимуществом такой системы является сокращение транзакционных издержек по отбору поставщиков, снижение стоимости их продукции, обеспечение прозрачности процедур отбора.

– Участием в Ассоциации Технологическая платформа «Авиационная мобильность и авиационные технологии», стратегической целью которой является создание технологического базиса, включающего совокупность перспективных и прорывных технологий радикального улучшения показателей мобильности населения в России, увеличения объема грузоперевозок и авиационных работ в интересах различных отраслей экономики при поддержке государства и науки.

– Участием в проектах транснационального трансфера технологий через межрегиональные сети организаций инновационной инфраструктуры, в том числе существующие в ЕС:

- а) Сеть инновационных релей центров (IRC);
- б) Сеть инновационных регионов Европы (IRE);
- в) Европейская сеть бизнес-инновационных центров (EBN);
- г) Ассоциация европейских профессионалов трансфера науки и технологий (ASTP).

Инновационной политикой данных организаций так же предусмотрена система «одного (единого) окна открытых инноваций», которая создана для приема инновационных перспективных предложений, которые могут быть применены в интересах компаний. [7]

Система одного окна обеспечивает прием инновационных предложений и их последующее рассмотрение специалистами ОАО «РЖД» и ПАО «Аэрофлот». Предложения могут поступать как от физических, так и от юридических лиц различных организационно-правовых форм.

Литература:

1. Богомолова И.С., Гриненко С.В., Едалова Е.С., Задорожная Е.К., Развадовская Ю.В., Седова Т.В., Федотова А.Ю., Ханина А.В., Шевченко И.К. Инновационный и проектный менеджмент. Учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2014. – 181 с.

2. Гончарова Н.А. Основные направления решения проблем управленческого консалтинга в малом и среднем строительном бизнесе / Н.А.Гончарова // Вестник гражданских инженеров. - 2010. - №2. - С.167-174.

3. Гончарова Н.А., Трусевич Е.В., Огнев Д.В. Подходы к построению комбинированной модели управления инновациями в малом и среднем бизнесе // Вестник Иркутского технического университета. 2013. №11 (82). С. 322-327.

4. Статья. Инновационная политика организации. Институт управления и оценки бизнеса. Учебные материалы для студентов и аспирантов. [Электронный ресурс]. URL: <http://investobserver.info/innovacionnaya-politika-organizacii/> (Дата обращения – 14.03.2017)

5. Официальный сайт ОАО «РЖД». Инновации. Статья. Об инновационном развитии компании. [Электронный ресурс]. URL: http://www.rzd.ru/static/public/ru?STRUCTURE_ID=666&layer_id=3290&refererLayerId=3290&id=3589 (Дата обращения – 29.03.2017)

6. Паспорт программы инновационного развития Группы Аэрофлот. [Электронный ресурс]. URL: https://www.aeroflot.ru/media/aflfiles/category_pictures/about/pasport_programmy_innovatsionnogo_razvitiia_gruppy_aeroflot_2016_god.pdf (Дата обращения – 03.04.2017)

7. Трусевич Е.В., Гончарова Н.А. Основные направления инновационной политики государства // Вестник Иркутского регионального отделения Академии наук высшей школы России. 2014. № 1. С. 17–23.

УДК 336.71

Кредитная деятельность коммерческих банков в Российской Федерации

Л.А. Каверзина, П.Д. Кошевой, Т.В. Красюк

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия
dekanfps@mail.ru

Ключевые слова: кредитная деятельность, банк, ссуда, кредиты, кредитные продукты

Рассмотрены основные кредитные продукты, получившие распространение в Российской Федерации, и дана их краткая характеристика. Отражены этапы реализации кредитного процесса. Представлены результаты исследования кредитной деятельности одного из Братских отделений «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО).

Переход России к рыночной экономики объективно предполагает развитие кредитной деятельности отечественных коммерческих банков, что требует от них формирования эффективной кредитной политики и оптимального кредитного портфеля. Не следует забывать и о постоянном совершенствовании кредитной деятельности на основе учета новых рыночных факторов, оказывающих влияние на данный процесс. В связи с этим, вопросы, рассматриваемые в статье, приобретают особую актуальность и значимость.

Банки, осуществляя свою деятельность на территории России, руководствуются, прежде всего, документом [1], в том числе и в части кредитования. На сегодняшний день, кредиты, предоставляемые отечественными банками, как физическим, так и юридическим лицам, выступают наиболее доходным видом услуг. Осуществление кредитной деятельности требует от финансовых институтов учета определенных требований со стороны отдельных групп клиентов банка и индивидуальных особенностей каждого потенциального заемщика.

В таблице 1 представлены основные кредитные продукты, получившие распространение в Российской Федерации, и дана их краткая характеристика. В данный список вошли разовые срочные обеспеченные ссуды, кредитные линии, овердрафты, синдицированные и вексельные ссуды. Выбор представленных ниже банковских продуктов и их адаптация к потребностям целевых групп клиентов производится банком при разработке кредитной политики.

Организация кредитного процесса осуществляется с учетом разработанной банком кредитной политики и кредитной стратегии. Традиционно кредитный процесс реализуется в несколько этапов:

1. Подготовительный, предполагающий знакомство с потенциальным заемщиком, который при обращении в банк должен предоставить следующий пакет документов: заявление на выдачу ссуды; анкету, отражающую основные сведения о нем; бизнес-план на текущий год и последующие один - два года; копии контрактов на закупку товаров (работ, услуг); проект кредитного договора с банком и т.д.;

2. Оценка кредитоспособности заемщика, на этапе которого оценивается репутация, а также способность и готовность заемщика вернуть в установленный срок и в полном объеме основную сумму долга и начисленные проценты;

3. Выбор залога для обеспечения возвратности кредита;

4. Определение поручителей, устойчивость поручительства определяется банком самостоятельно;

5. Установление банковских гарантий с целью исключения рисков;

6. Заключительный этап предполагает структурирование ссуды и разработку условий кредитования, а также заключение договора.

Таблица 1

Наиболее распространенные кредитные продукты в Российской Федерации

Кредитный продукт	Основная характеристика кредитного продукта
Разовые срочные обеспеченные ссуды	Имеют разовый характер и предоставляются под залог имущества заемщика. Оформляется индивидуальным кредитным договором и выдается одновременно с простого ссудного счета. Погашение может производиться как разовым платежом по окончании установленного договором срока, так и в установленные сроки в размере оговоренной с банком суммой.
Кредитные линии	Обязательство банка предоставить заемщику ссуду в пределах установленного заранее лимита на определенный срок. Открывается в основном на 1 год, но может иметь и более короткий период. Лимит может быть пересмотрен по просьбе клиента и при наличии достаточных оснований.
Овердрафты	Особая форма краткосрочного кредита, при которой банк осуществляет кредитование расчетного или текущего счета клиента. Является льготной формой кредита, т.к. он используется в отношениях с финансово устойчивыми заемщиками.

Синдицированные ссуды	Предоставляются заемщику за счет объединения ресурсов нескольких банков. Используются для краткосрочного и долгосрочного кредитования. Заемщиков может быть несколько, главное условие - они должны быть причастны к кредитруемому мероприятию. Может быть оформлен один общий договор или же с каждым банком отдельно. Погашение происходит одновременно или же прямо пропорционально выданным долям кредита.
Вексельные ссуды	Собственность на вексель банку не переуступается, вексель только закладывается на определенный срок с последующим выкупом после погашения ссуды. Ссуда выдается на сумму в пределах 60-90% номинальной стоимости векселя.

Для осуществления эффективной кредитной деятельности банку после выдачи кредита необходимо проводить кредитный мониторинг, который предполагает осуществление контроля выполнения условий кредитного договора. При этом проведение анализа и контроля должно проводиться отдельно по каждой выданной ссуде, а также в целом по всему кредитному портфелю.

Поскольку кредитная деятельность связана с риском, то банку необходимо регулярно осуществлять текущий мониторинг, а также формировать резерв на возможные потери по ссудам, так как не всегда имеется возможность реально оценить кредитоспособность заемщика, что в итоге влечет за собой появление проблем с погашением кредита. В настоящее время Центральный Банк разрешает формировать резерв, как по отдельной ссуде, так и по портфелю однородных ссуд (группа ссуд со сходными характеристиками кредитного риска, каждая из которых незначительна по величине).

Рассматривая кредитную деятельность современных коммерческих банков, необходимо выделить основные кредитные продукты, к числу которых можно отнести ипотечное кредитование, факторинг, кредитные карты, лизинг, форфейтинг и вексельное кредитование. Банки, осуществляющие свою деятельность на территории России, должны уделять внимание не только абсолютному объемному росту перечисленных кредитных продуктов, но и качеству сформировавшегося кредитного портфеля.

Авторами был проведен анализ кредитной деятельности «Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО) за один из последних годов его деятельности. Особое внимание коммерческим банкам необходимо уделять вопросам возвратности кредитов в полном объеме и в установленные сроки. В таблице 2, составленной по данным [2], представлена информация по ссудной задолженности в региональном аспекте, по которой можно сделать следующие выводы:

Таблица 2

Остатки ссудной задолженности «АТБ» (ПАО), %

Наименование региона	Остаток срочной ссудной задолженности, тыс. руб.	Структура остатков срочной ссудной задолженности, %	Остаток просроченной ссудной задолженности, тыс. руб.	Структура остатков просроченной ссудной задолженности, %
1. Сибирский Федеральный Округ	5 746 696,00	22,58	114 630,00	18,44
в том числе:				
Алтай	152 059,00	2,65	40 911,00	35,69
Бурятия	1 142 119,00	19,87	238,00	0,21
Иркутск	1 495 178,00	26,02	19 988,00	17,44
Кемерово	334 720,00	5,82	7 012,00	6,12
Красноярск	1 403 091,00	24,42	41 768,00	36,44
Хакасия	678 211,00	11,80	3 793,00	3,31
Чита	541 318,00	9,42	920,00	0,80
2. Амур	2 602 773,00	10,23	65 152,00	10,48
3. Камчатка	3 780 139,00	14,85	12 600,00	2,03
4. Магадан	1 884 192,00	7,40	4 383,00	0,71
5. Москва	6 655 744,00	26,16	37 682,00	6,06
6. Приморье	1 341 212,00	5,27	153 403,00	24,68
7. Сахалин	591 043,00	2,32	-	-
8. Урал	482 405,00	1,90	4 648,00	0,75
9. Хабаровск	510 326,00	2,01	93 443,00	15,03
10. Чукотка	392 293,00	1,54	1 243,00	0,20
11. Якутия	1 460 283,00	5,74	134 508,00	21,64
Итого	25 447 106,00	100,00	621 692,00	100,00

- Банк «АТБ» (ПАО) и его региональные отделения реализуют активную кредитную политику на всей территории России, предоставляя целый спектр кредитных продуктов как юридическим, так и физическим лицам;

- наибольшая доля выданных средств, приходится на Москву и московскую область - 26,16%. Доля Сибирского федерального округа составляет - 22,58%, третье место занимает Камчатский край - 14,85%, что явилось результатом активного продвижения и проведения ряда мероприятий, направленных на привлечение новых клиентов в данных регионах;

- наибольший удельный вес в структуре остатков просроченной ссудной задолженности занимают Приморье - 24,68%, Якутия - 21,64% и Сибирский Федеральный Округ - 18,44%, что в стоимостном выражении составляет 153403 тыс.руб., 134508 тыс.руб. и 114630 тыс.руб. соответственно.

Анализируя структуру просроченной ссудной задолженности Сибирского федерального округа исследуемому банку следует отметить, что наибольший удельный вес приходится на Красноярский край (36,44% и Алтайский край (35,69%), Иркутская область занимает третье место – 17,44%. При этом, в Алтайском крае доля остатков срочной ссудной задолженности составляет всего 2,65% в то время как на Иркутскую область приходится 26,02% от задолженности Сибирского федерального округа в целом (Рис. 1). Это говорит о том, что в Иркутской области дела в возврате кредитов обстоят лучше.

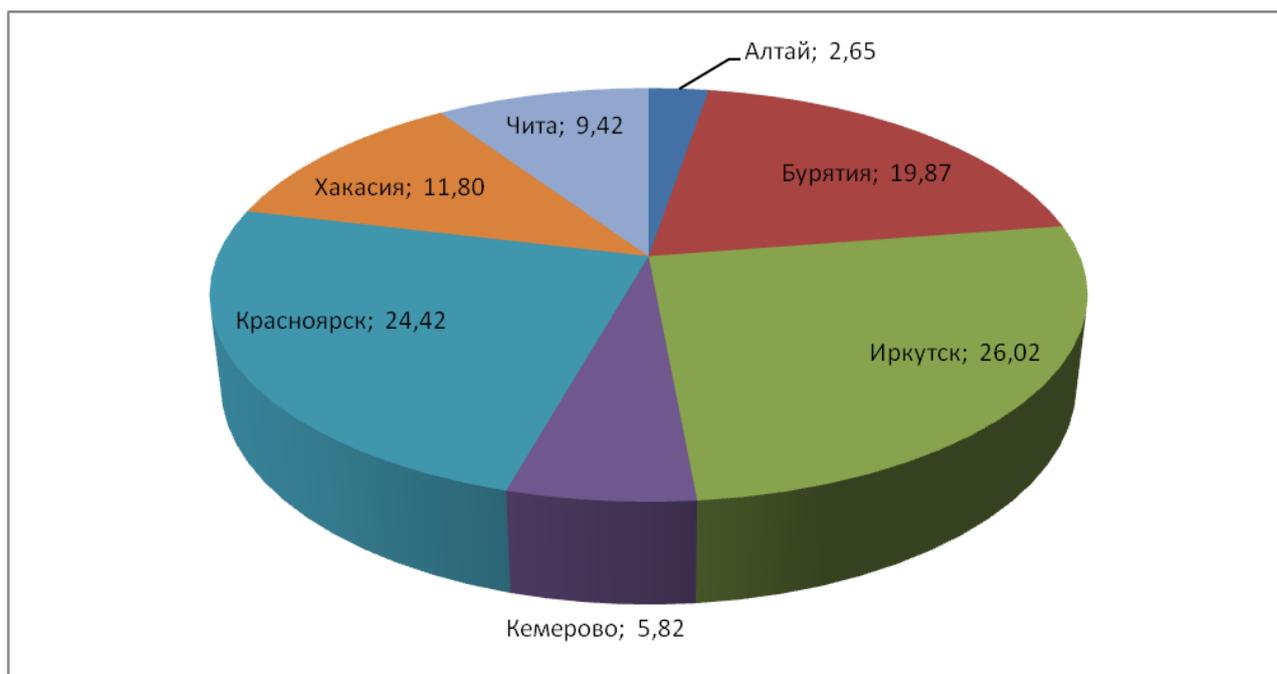


Рис. 1. Структура остатков срочной ссудной задолженности по Сибирскому федеральному округу, %

Далее был проведен анализ кредитной деятельности в одном из отделений исследуемого банка в г. Братске. В таблице 3 представлена структура ссуд по экономической деятельности заемщиков - корпоративных клиентов.

Таблица 3
Структура ссуд по видам экономической деятельности заемщиков «АТБ» (ПАО), %

	Остаток срочной ссудной задолженности, тыс. руб.	Структура остатков срочной ссудной задолженности, %
Ссуды клиентам - юридическим лицам, в том числе:	25 447 106,00	100,00
Бытовые и иные сервисные услуги по населению	517 993,00	2,04
Добыча полезных ископаемых	2 806 443,00	11,03
Жилищно-коммунальное хозяйство	133 085,00	0,52
Лесное хозяйство	358 442,00	1,41
Медицинская промышленность	156 077,00	0,61
Оптовая и розничная торговля	7 774 470,00	30,55
Строительство	1 889 420,00	7,42
Производство строительных материалов	263 407,00	1,04
Услуги в области научных исследований и разработок (в том числе разработка программного обеспечения)	140 000,00	0,55
Финансовые услуги и аренда	2 957 121,00	11,62
Сельское хозяйство, рыболовство, рыбоводство	2 788 606,00	10,96
Прочие виды услуг	5 662 042,00	22,25

Большую часть заемщиков «АТБ» (ПАО) занимают организации сферы торговли - 30,55%; предприятия, оказывающие финансовые услуги и услуги аренды составляют 11,62%, добывающие предприятия 11,03% и сельское хозяйство и рыболовство - 10,96%. Такие виды экономической деятельности, как строительство, производство строительных материалов и услуги в области научных исследований и разработок, кредитуются в меньшей степени (Рис. 2).

Был также проведен анализ остатков ссуд задолженности корпоративного портфеля. Данный анализ необходимо проводить для того, чтобы управлять кредитным портфелем на предмет эффективности его использования. Остатки подразделяются на две группы, а именно на остатки срочной ссудной задолженности и остатки просроченной ссудной задолженности. Данные представлены в таблице 4.

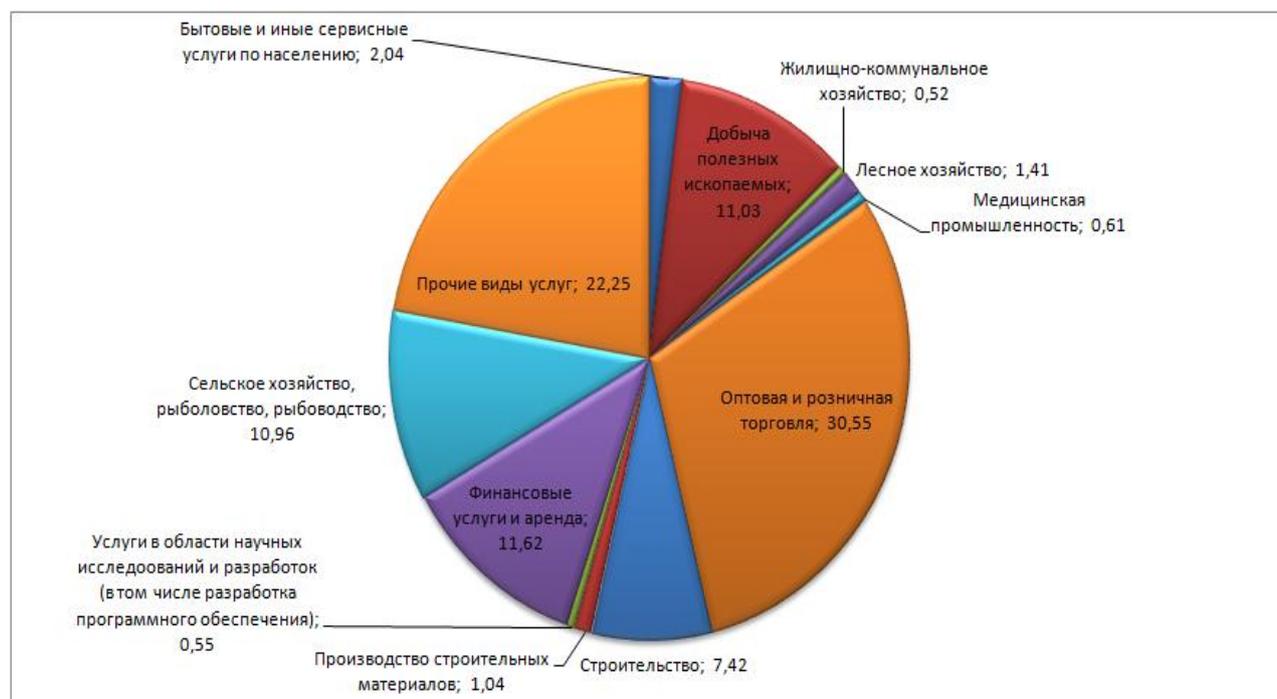


Рис. 2. Структура ссуд по видам экономической деятельности заемщиков «АТБ» (ПАО), %

Таблица 4

Структура остатков ссудной задолженности корпоративного портфеля «АТБ» (ПАО),
(г. Братск), %

Наименование показателя	Остаток срочной ссудной задолженности, тыс. руб.	Структура остатков срочной ссудной задолженности, %	Остаток просроченной ссудной задолженности, тыс. руб.	Структура остатков просроченной ссудной задолженности, тыс. руб.
1. Инвестиционные кредиты	4 672 037	18,36	37 863	6,09
2. Финансирование текущей деятельности	20 151 335	79,19	512 039	82,36
3. Рефинансирование кредитов, предоставление займов третьим лицам	623 734	2,45	71 790	11,55
Итого	25 447 106	100	621 692	100
Резерв на возможные потери по ссудам	675 213	2,65	594 914	95,69

Наибольший вес имеют остатки срочной ссудной задолженности. По структуре остатков срочной ссудной задолженности наибольшую долю занимает финансирование текущей деятельности - 79,19%, инвестиционные кредиты составляют - 18,36%, а рефинансирование кредитов и предоставление займов третьим лицам - 2,45% (Рис. 3).

Удельный вес остатков просроченной задолженности составляет 2,4 % от остатка срочной ссудной задолженности. Несмотря на незначительный вес, важно уделять внимание ее сокращению. Эти мероприятия повысят результативность деятельности банка.

По структуре остатков просроченной ссудной задолженности наибольшую долю занимает финансирование текущей деятельности - 82,36%, инвестиционные кредиты составляют - 6,09%, а рефинансирование кредитов и предоставление займов третьим лицам - 11,55%.

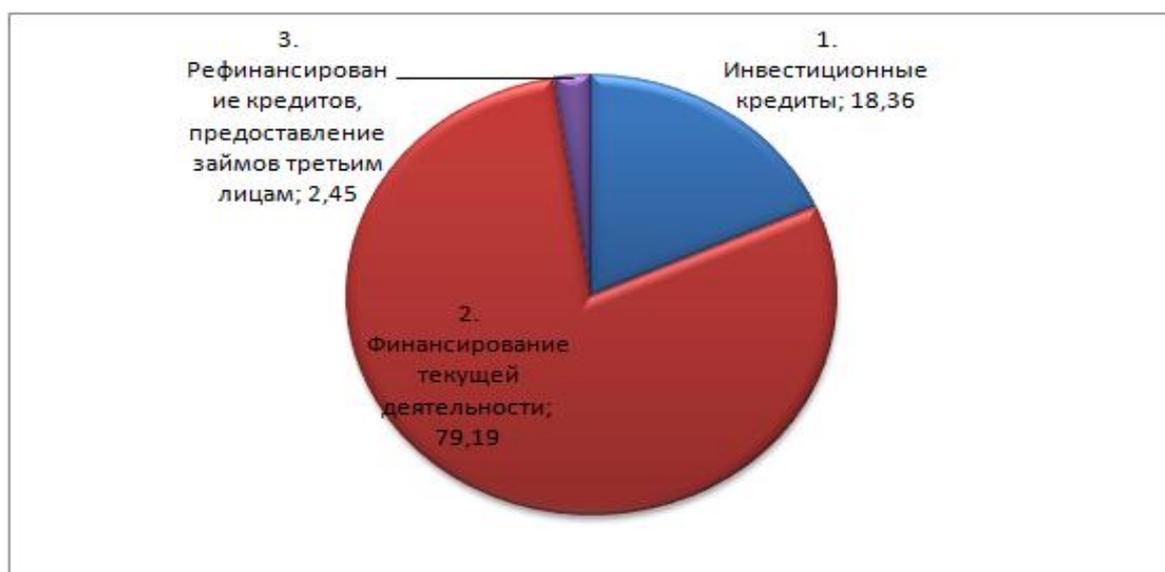


Рис. 3. Структура остатков срочной ссудной задолженности «АТБ» (ПАО), %

Если же сравнивать резервы на возможные потери по ссудам, то видно, что наибольший удельный вес занимает резерв по остаткам просроченной ссудной задолженности - 95,69%. Это говорит о том, что просроченные кредиты банк может покрывать без существенных потерь прибыли и снижения показателей рентабельности.

Обобщая представленную выше информацию, можно констатировать, что кредитная деятельность российских коммерческих банков является доходной, однако связана с опреде-

ленным риском и требует постоянного контроля качества кредитного портфеля, особое внимание должно уделяться вопросам возвратности выданных кредитов и формированию оправданных резервов на возможные потери по ссудам.

Литература:

1. О банках и банковской деятельности [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 03.02.06. №17-ФЗ. Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.02.2017).
2. Азиатско-Тихоокеанский Банк (публичное акционерное общество) [Электронный ресурс] / «АТБ» ПАО // официальный сайт «АТБ» ПАО. - Режим доступа: www.atb.su (дата обращения 29.02.2017).

УДК 336.717

Факторинг как способ снижения дебиторской задолженности современных предприятий

Л.А. Каверзина¹, Д. Н. Цыганкова²

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

¹dekanfps@mail.ru, ²crucioclassic@gmail.com

Ключевые слова: дебиторская задолженность, факторинг, факторинговые операции, поставщик, покупатель (дебитор)

Рассматривается наличие дебиторской задолженности на современных предприятиях. Раскрывается сущность понятия факторинга и факторинговых операций. Рассматриваются разнообразные схемы реализаций факторинговых операций. Разбирается снижение дебиторской задолженности с помощью факторинга на примере современного предприятия.

В условиях развития рыночных отношений предприятие напрямую заинтересованы в повышении результатов финансово-хозяйственной деятельности, однако существует множество факторов, препятствующих этому процессу. Одним из них является наличие дебиторской задолженности, которая выступает существенной частью активов хозяйствующих субъектов. С помощью предоставления коммерческого кредита покупателям многие предприятия осуществляют свою деятельность, что является преобладанием над конкурентами и инструментом роста продаж. Тем самым хозяйствующие субъекты предполагают, что контрагенты смогут возратить долги, а предприятия еще и получают доход. Но в действительности на рынке возникают такие ситуации, что предприятие не может взыскать свои долги с дебиторов. Это может быть связано с их неплатежеспособностью, уровнем инфляции, колебание валютных курсов и тогда происходит «застывание» дебиторской задолженности на месяцы, годы, а ее рост приводит к ухудшению финансового состояния предприятия и сокращению оборачиваемости оборотных средств, что сказывается на его доходности. В связи с этим рассматриваемые в статье вопросы являются весьма актуальными как с теоретической, так и с практической точки зрения.

Предприятия не заинтересованы в росте дебиторской задолженности, так как она представляет собой отвлечение денежных средств из оборота и, как следствие, возрастает потребность в привлечении дополнительных ресурсов. При этом предприятия и организации не могут отказаться от коммерческого кредитования своих покупателей с целью сохранения объемов продаж продукции, сохранения деловых связей, расширения рынков сбыта. [1, с 233 – 234]

Из этого следует, что при грамотном управлении дебиторской задолженностью предприятие может улучшить свою деятельность, а также повысить свою доходность и финансовую устойчивость.

Существуют различные методы, с помощью которых можно ускорить оборачиваемость дебиторской задолженности. И именно факторинг является одним из таких направлений.

Факторинг – система финансирования, согласно которой поставщик товаров переуступает краткосрочные требования по товарным сделкам факторинговой компании с целью немедленного получения большей части платежа, гарантии полного погашения задолженности, снижения расходов по ведению счетов. [2, с 170]

Гражданский кодекс Российской Федерации с 26.01.1996 года содержит главу «Финансирование под уступку денежного требования», которая дает представление о факторинге и факторинговых операциях. [3]

Участниками факторинговых операций являются:

1. факторинговая компания или банк (покупатель требования);
2. поставщик товара (кредитор);
3. покупатель товара (дебитор).

Схемы реализации факторинговых операций в современной экономической литературе представлены в разнообразном виде (рис. 1-3).



Рис. 1. Схема работы факторинга [2, с 171]

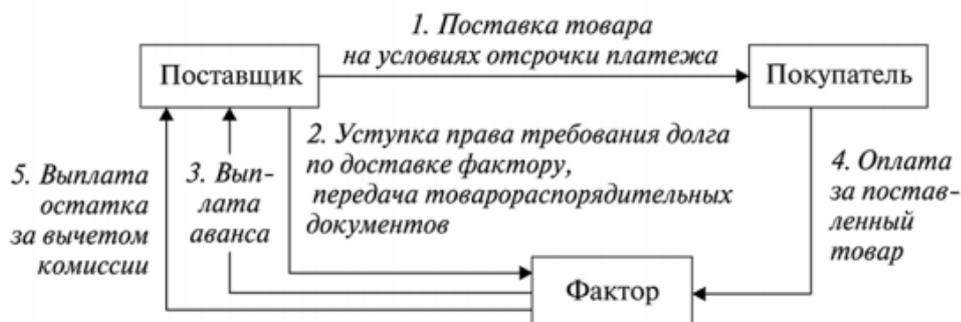


Рис. 2. Базовая схема факторинга [4, с 35]



Рис. 3. Процесс факторинга [5]

Рассмотрев выше представленные схемы, следует отметить, что на них единообразно представлен процесс проведения факторинговых операций. Обобщенная схема рассматриваемого процесса может иметь вид (рисунком 4), на примере которого рассмотрим ход действий участников в факторинговой операции:



Рис. 4. Процесс проведения факторинговой операции [6]

Пояснения к схеме:

- 1) поставщик поставляет продукцию покупателю с отсрочкой платежа;
- 2) поставщик в связи с долгой оплатой за поставку товара обращается в факторинговую компанию с требованием оплатить долг покупателя;
- 3) факторинговая компания выплачивает поставщику до 90% от суммы задолженности;
- 4) покупатель отдает долг факторинговой компании;
- 5) факторинговая компания возвращает остаток денежных средств поставщику за минусом комиссии и выплаченной ранее суммы.
- 6) для поставщика факторинг имеет ряд преимуществ:
- 7) уменьшает кредитный риск;
- 8) ликвидация кассового разрыва;
- 9) быстрое финансирование в счет уступки денежного требования;
- 10) страховка от неуплаты по счетам покупателями его товаров и услуг;
- 11) лучше кредита, потому что создан для компаний поставщиков.

Финансово-экономическая цель факторинга – ускорение финансового оборота, увеличение выручки за счет экспоненциального роста продаж и предотвращение кассовых разрывов при осуществлении поставок с отсрочкой платежа (товарный, коммерческий кредит). [7]

Факторинг в России является актуальной и востребованной системой финансирования для компаний, так как многие организации активно используют ее при расчетах со своими

контрагентами. За последние несколько лет рынок факторинга активно стал развиваться после спада его темпов роста в 2015 году. [8] Динамика рынка факторинга приведена на рисунке 5.

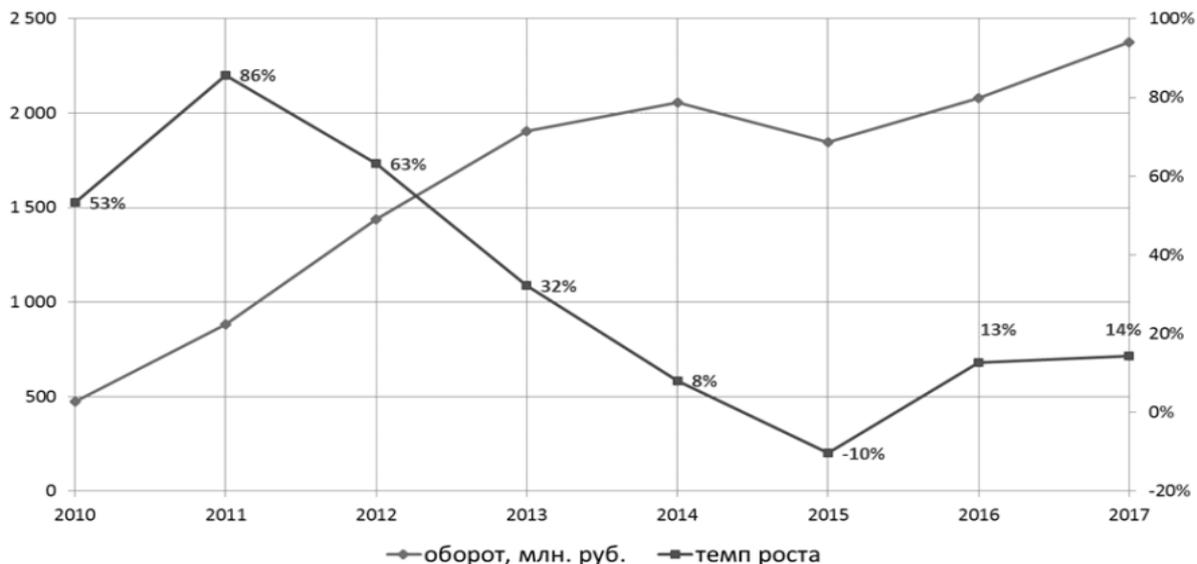


Рис. 5. Динамика рынка факторинга России [8]

Были проведены исследования, и анализ факторинговых компаний на 01.01.2016 позволил составить следующий рейтинг [9]:

1. «Сбербанк» (<http://sberbank-factoring.ru>).
2. «ВТБ Факторинг» (<http://www.vtbf.ru>).
3. «Промсвязьбанк» (https://www.psbank.ru/psb_factoring/).
4. «Альфа-Банк» (<https://alfabank.ru/moscow/corporate/factoring/>).
5. Банк ФК «Открытие» (<https://openfactoring.ru>)
6. «Газпромбанк».
7. «Национальная факторинговая компания».
8. «Капитал Факторинг».
9. «Лайф Факторинг».
10. «Росбанк».

Проанализируем первые пять компаний из списка, как наиболее рейтинговых (указание ссылки на сайт дает возможность заинтересованным лицам ознакомиться с условиями заключения договора).

Каждая компания на своем сайте дает понятие факторингу и рассказывает о его преимуществах. Каждый сайт может принять онлайн-заявку, тем самым ускоряя процесс обработки данных. На сайтах «Сбербанк», «ВТБ Факторинг» и «Альфа-Банк» условия финансирования расписаны более подробно, то есть указаны проценты, которые получит поставщик товара от факторинговой компании, так же указана отсрочка платежа между поставщиком и дебитором. Компании «Промсвязьбанк» и Банк ФК «Открытие» на своих сайтах не предоставляют полной информации об условиях финансирования, тем самым, не вызывая доверия у заинтересованных лиц. Из пяти самых рейтинговых компаний наиболее удовлетворяющий условиям финансирования является «Сбербанк». Данный банк имеет большое количество структурных подразделений в различных городах России и за рубежом.

Для рассмотрения факторинга как способа снижения дебиторской задолженности современных предприятий выбираем публичное акционерное общество «Коршуновский горнообогатительный комбинат».

Исследуемое предприятие с целью снижения дебиторской задолженности обратилось в ПАО «Сбербанк», который и будет проводить факторинговую операцию. Банк может вер-

нуть предприятию до 85% от просроченной дебиторской задолженности. Себе же банк вправе забрать до 15% комиссионных от суммы, которая вернется предприятию.

Предположим, что отсрочка оплаты составляет 90 календарных дней, а сумма уплаты по дебиторской задолженности – 1 500 500 тыс. руб.

Предположим, что факторинговой компании удастся вернуть 90% от просроченной суммы, что составит 1 350 450 тыс. руб. Доля банка составит 10% от возвращенной суммы или 135 045 тыс. руб. В итоге на расчетный счет ПАО «Коршуновский ГОК» поступят денежные средства в размере 1 215 405 тыс. руб.

В таблице 1 представлены основные изменения, которые могут произойти в результате факторинга.

Таблица 1

Предполагаемые изменения дебиторской задолженности ПАО «Коршуновский ГОК»

Наименование показателя	Ед.изм.	Факт	План	Изменения	
				Тыс. руб.	%
Дебиторская задолженность	Тыс. руб.	4 648 933	3 433 528	-1 215 405	73,87
Денежные средства	Тыс. руб.	16 588 742	17 804 147	1 215 405	107,33

В результате проведенного факторинга произошло снижение дебиторской задолженности на 1 215 405 тыс. руб., что является положительной тенденцией.

В таблице 2 представлены предполагаемые изменения основных финансовых показателей ПАО «Коршуновский ГОК» произошедшие вследствие снижения дебиторской задолженности.

Таблица 2

Изменение основных финансовых показателей ПАО «Коршуновский ГОК»

Наименование показателя	Факт	План
Соотношение дебиторской задолженности к кредиторской	3,3	2,5
Период оборачиваемости дебиторской задолженности	172,4	161,7
Продолжительность «затратного цикла»	208,1	197,3
Продолжительность «кредитного цикла»	107,6	107,6
Продолжительность «чистого цикла»	100,5	89,7

Проведя расчеты изменений можно констатировать, что при проведении факторинга, предприятию ПАО «Коршуновский ГОК» удалось снизить соотношение дебиторской задолженности к кредиторской до 2,5%, но вместе с таким изменением произошло снижение периода оборачиваемости дебиторской задолженности до 161,7 дней.

На основе представленных выше результатов расчетов финансовых показателей можно сделать вывод, что факторинг является действенным и что не маловажно доступным финансовым инструментом снижения дебиторской задолженности современных предприятий в условиях российского рынка. При этом предприятию не потребуются дополнительных финансовых средств и в итоге гарантированно обеспечение просроченной дебиторской задолженности в установленные сроки и практически в полном объеме, что удовлетворяет интересам всем сторонам, участвующим в факторинговых операциях.

Литература:

1. Сурикова Е.А., Раздерищенко И.Н. Новый взгляд. Международный научный вестник. 2014. № 4. С. 231-240.
2. Черутова М.И. Финансовый менеджмент: учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – Братск: ФГБОУ ВПО «БрГУ», 2013. – 210 с.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 2, глава 43 в редакции Федерального закона от 06.04.2015.

4. Солдатова, А. О. Факторинг и секьюритизация финансовых активов: Высшая школа экономики; Москва; 2013. – 898 с.
5. Wikifinances.ru [Электронный ресурс] информационный сайт. URL: <https://wikifinances.ru/factoring-debitorskoj-zadolzhennosti/> (дата обращения 10.03.17)
6. Усольцева А. Г. Сибирский Торгово-экономический журнал. Выпуск № 8 / 2009.
7. Факторинговые операции [Электронный ресурс] информационный сайт. URL: <http://utmagazine.ru/posts/7605-factoringovyje-operacii> (дата обращения 15.03.17)
8. Ассоциация факторинговых компаний [Электронный ресурс] информационный сайт. Информационный обзор рынка факторинга по итогам 2016 года. URL: <http://asfact.ru/factoring-rossii-v-2016-godu/> (дата обращения 10.03.17)
9. Юрист911. Бесплатная юридическая помощь [Электронный ресурс] информационный сайт. URL: <http://911urist.com/biznes/factoringovyje-kompanii.html> (дата обращения 15.03.17)

УДК 658.14.17

Финансовое состояние организации: проблемы и методы улучшения

А.В. Кобзова¹, В.С. Фролова²

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

¹avkobzova@mail.ru, ²bratz911@rambler.ru

Ключевые слова: финансовое состояние, финансовый анализ

В статье определены некоторые методы повышения финансового состояния предприятия, а также рассмотрены основные проблемы финансового анализа.

Финансовое состояние любого предприятия – существенный аспект его деловой надежности и активности. Оно обуславливает конкурентную способность организации, ее потенциальную возможность в деловом взаимодействии, выступает гарантией результативной работы, как самого предприятия, так и его деловых контрагентов. Этим и аргументируется актуальность выбранной темы статьи.

Само понятие «финансовое состояние» означает размещение и использование средств, активов, с одной стороны, и формирования их источников, то есть пассивов, с другой. Финансовое состояние может быть устойчивым, неустойчивым и кризисным. Способность предприятия успешно функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внешней среде, постоянно поддерживать свою платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска свидетельствует о его устойчивом финансовом состоянии, и наоборот. Устойчивое финансовое состояние, в свою очередь, положительно влияет на объемы основной деятельности, обеспечение нужд производства необходимыми ресурсами [1, с. 149-150].

И действительно, нельзя не согласиться с выше приведенной версией данного понятия, поскольку в него были вложены основные характеристики, с помощью которых можно конкретизировать различные стороны деятельности организации.

Целью написания данной статьи является обоснование основных проблем финансового состояния, формулирование конкретных выводов по улучшению финансового положения организации.

В настоящее время проблемы анализа финансового состояния предприятия в совокупности определены следующим: [2, с. 97]

- а) разными терминологическими понятиями рассматриваемых показателей;
- б) проблемой идентификационной направленности, классификации статей баланса и прочих форм бухгалтерской отчетности организации в целях их непосредственного анализа;

- в) проблемой снижения информативной нагрузки бухгалтерской (финансовой) отчетности;
- г) небезупречной нормативно-правовой базой и некоторыми изъянами системы бухгалтерского учета и отчетности в России;
- д) недоработанностью отдельных элементов финансового анализа;
- е) неимением интегрального оценивания работы хозяйствующего субъекта;
- ж) отсутствием возможности оценить уровень менеджмента предприятия;
- з) усложнённой выделением субъекта посредством анализа финансового состояния.

Данные проблемы не являются всесторонними и всеохватывающими, поэтому приведен только перечень некоторых проблем, однако на практике зачастую ведущие аналитики сталкиваются с целым комплексом и других проблем, вследствие чего можно добавлять к выше изложенному списку еще ряд других не менее актуальных проблем.

Фундаментом администрирования финансовым состоянием предприятия выступает финансовый анализ. Финансовый анализ является наукой о сфере человеческой деятельности, которая сосредоточена на исследовании, теоретической классификации, истолковании и предсказании процессов, совершающихся с финансовыми ресурсами и их потоками, посредством оценки финансового состояния и раскрытых потенциалов улучшения функционирования и результативной организации управления финансовыми ресурсами и их потоками, как на отдельной организации, так и в стране в целом [3, с. 124].

Цель проведения анализа финансового состояния предприятия заключается в своевременном обнаружении и ликвидации недостатков в функционировании, а также в определении резервов совершенствования финансового состояния и его платежеспособности.

Общеизвестно, что от финансового состояния организации напрямую зависит инвестиционная деятельность. Дефицит финансовых ресурсов не позволяет производить обновление основных производственных фондов, а также реализовывать расходы на НИОКР, а, следовательно, и использовать новейшие технологии, что, безусловно, негативно влияет на конкурентную способность предприятия.

А финансовое состояние, в свою очередь, находится в зависимости от результатов коммерческой и производственной деятельности. Так, к примеру, сокращается приток денежных средств при соответствующих производственных и продажных неполадках и сбоях. И, в следствие этого, понижается финансовая устойчивость организации.

Стабильно устойчивое финансовое состояние выступает индикатором деятельности и благополучия любого предприятия. для того, чтобы постараться достигнуть так называемого «финансового успеха», нужно систематически подвергать анализу финансовое состояние и, в необходимом случае, предпринимать скорейшие мероприятия по его упрочению.

Таким образом, можно выделить следующие основные методы повышения финансового состояния организации, которые представлены ниже на рисунке 1.

Итак, подытожим выше сказанное: финансовое состояние организации представляет собой экономическую категорию, которая отражает состояние капитала в процессе его кругооборота и возможность хозяйствующего субъекта к самосовершенствованию на определенный момент времени.

Основа устойчивого финансового состояния фирмы на протяжении длительного периода времени – это зарабатываемая прибыль. Прибыль – основной экономический признак плана и оценки производственной деятельности организаций. Благодаря прибыли проходит субсидирование процедур по научно-техническому и социально-экономическому развитию организаций, рост фонда оплаты труда работников. [4, с. 134] При оптимизации финансового положения необходимо пытаться обеспечить прибыльность деятельности предприятия.



Рис. 1. Методы повышения финансового состояния предприятия

Потенциалы оптимизирования состояния организации посредством разумного регулирования активами и пассивами результативны, однако в течение времени, все исчерпаемо. Поэтому, задачей любого аналитика будет являться предложение определенных методов по повышению финансового состояния благодаря своевременному устранению выявленных при анализе причин. [5, с. 373] При этом нужно заблаговременно предупредить последствия данных мероприятий и направить их в нужное положительное русло.

Также, в целях совершенствования финансового состояния предприятия нужно проводить исследования основных стратегических направлений и целей его функционирования. Помимо этого, необходимо подвергать анализу процессы, позволяющие произвести преумножение ценности капитала на предприятии.

Исходя из выше изложенного, напрашивается вывод, что одним из существенных условий успешного функционирования организации является анализирование и систематическое изучение финансового состояния во взаимосвязи с воздействующими на него факторами, а также прогнозирование степени доходности капитала.

Литература:

1. Черутова М. И., Черутова О. В. Проблемы улучшения финансовой деятельности коммерческой организации // Труды Братского Государственного Университета. Серия: Экономика и управление – Издательство: БрГУ (Братск) – С. 147-150
2. Сухорукова Е. С. Актуальные вопросы анализа финансового состояния организации // Молодой ученый. — 2014. — №21.2. — С. 97-99.
3. Жилкина А. Н. Управление финансами. Финансовый анализ предприятия: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 332 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).
4. Кобзов А.Ю., Ермакова А.А. Проблемы повышения рентабельности (эффективности деятельности) предприятий инвестиционно-строительного комплекса в современных условиях // Проблемы экономики и управления строительством в условиях экологически ориентированного развития Материалы Второй Всероссийской научно-практической онлайн-конференции с международным участием и элементами научной школы для молодежи. Томский государственный архитектурно-строительный университет; Байкальский государственный университет экономики и права; Братский государственный университет. 2015. С. 132-135.

5. Бердникова Л. Ф., Портнова Е. С. Финансовое состояние организации: понятие и факторы, на него влияющие // Молодой ученый. — 2016. — №17. — С. 372-374.

УДК 331.1

Анализ мотивации сотрудников организации как фактор повышения результативности труда

А.Ю. Кобзов, А.В. Кобзова, О.А. Гурченкова

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия
avkobzova@mail.ru

Ключевые слова: мотивация, стимулирование, мотив, стимул труда, стимулирование труда

Раскрывается сущность понятия мотивация и стимулирование сотрудников. Рассматривается важность представленной темы и виды стимулирования труда сотрудников. Проведен опрос сотрудников в виде анкетирования, и на основании которого обозначены и предложены рекомендации по стимулированию работников.

Важную роль в процессе управления персоналом играют мотивация сотрудников на предприятии, так как их поведение целиком и полностью зависит от стимула.

Создание соответствующего уровня мотивации – это позволить предприятию решать такие задачи: повышение результативности труда каждого работника в частности и как следствие повышение эффективности всего предприятия; обеспечение роста квалификации кадров; поддержание стабильности коллектива.

Важнейшей задачей руководства персоналом является ориентация сотрудников на достижение целей предприятия.

Исходя из выше указанного, данная тема является актуальной на сегодняшний день, а также и в будущем времени будет актуальна.

Для коммерческих предприятий эффективное управление невозможно без понимания мотивов и потребностей человека и правильного использования стимулов к труду [1, с. 69].

Мотивация и стимулирование представляют собой в своем роде разные вещи. Мотив нам свидетельствует о том, что находится внутри человека и заставляет его двигаться и реализовывать свои возможности в жизни.

Мотивация – это внутреннее состояние человека, связанное с потребностями человека, которое активизирует, стимулирует и направляет его действия к поставленной цели.

В свою очередь стимул предполагает воздействие на поведение человека, актуализируя при этом определенные мотивы [2, с.15].

Тем самым можно судить о том, что любые блага будь то материальные или духовные, которые при этом удовлетворяют потребностям человека, если их получение предполагает трудовую деятельность, то следует называть их стимулами труда. Или по-другому можно сказать, что благо становится стимулом труда, если оно формирует мотив труда.

На предприятии стимулирование труда является важной составляющей обеспечения эффективности деятельности организации.

Выделяются две группы способов стимулирования труда:

- материальные (экономические):
 - а) материально-денежное стимулирование;
 - б) материально-неденежное стимулирование;
- моральные (нематериальные, неэкономические).

Материальное стимулирование представляет собой все виды денежных выплат, применяемые в организации, и все формы относящиеся к материально неденежному стимулированию.

Виды материального денежного стимулирования подразделяются на 2 группы: основные и дополнительные. Каждая группа имеет свое назначение и состав. Назначение основных состоит в привлечении / удержании ценных специалистов. Во второй группе назначение состоит в поощрении сотрудника за внесенный вклад в развитие компании.

Материально-денежное стимулирование содержит в себе 3 группы стимулов:

1) Дополняющие условия труда. Назначение заключается в обеспечении дополнительными средствами труда для облегчения (удобства) выполнения возложенных на работника обязанностей;

2) Социально-направленные. Назначение группы – повышение эффективности использования рабочего времени сотрудника;

3) Имиджевые. Сущность представленного стимулирования включает в себе следующее: 1) работнику представляются те блага, которые по каким-либо причинам затруднено получить и использовать 2) предоставление особых услуг, которые характерны только для данной компании;

Нематериальное (моральное) стимулирование это разновидность стимулирования, регулирующая поведение объекта управления на основе использования предметов и явлений, специально предназначенных для выражения общественного признания и способствующих повышению или же снижению его престижа [3].

Виды морального стимулирования подразделяются на 3 группы:

1) Информирование. Оно необходимо для создания атмосферы вовлеченности;

2) Похвала и награждение. Представляет собой демонстрацию сотрудникам, какие ценности разделяет организация, какое поведение является желаемым, а также культивировать эти ценности;

3) Критика. Задача критики заключается в том, чтобы стимулировать действие человека, которое направлено на устранение недостатков и упущений.

Эффективная система мотивации помогает не только повысить как социальную и творческую активность конкретного сотрудника (менеджера, рабочего), но и также повысить итоговые результаты деятельности предприятия.

Для проведения исследования статьи по теме «Анализ мотивации сотрудников организации как фактор повышения результативности труда» было проанализировано мнение сотрудников организации.

В данной статье было важным узнать о системе мотивации, которая применяется на предприятии и какие способы стимулирования труда присутствуют. Также необходимо было проследить, как сотрудники на предприятии воспринимают систему мотивации и что мотивирует их к выполнению своей работы.

Данный анализ был проведен посредством анкетирования сотрудников отделения почтовой связи «Нижеудинск 4». В опросе приняло участие 96 человек. Опрос проводился анонимно, однако в каждой анкете было необходимо указать пол и возраст.

Возраст сотрудников был следующим:

1) до 30 лет – 31,3%;

2) от 31 до 45 лет – 41,7%;

3) 45 и более – 27,08%.

Из 96 человек был 76 представителей мужского пола, остальные – женского. Приводим подробный анализ результатов анкетирования.

При ответе на 1-й вопрос анкеты мы попросили сотрудников отметить, какой категории работников они относятся.

№	Категория работника	Количество опрошенных сотрудников, чел.
1	Сотрудник отделения	71
2	Сотрудник управления	15
3	Руководитель подразделения или выше	10

Из ответа, следует, что число сотрудников отделения составило 73,96%. Численность сотрудников управления на предприятии составляет 15,63%. 10,42% составляют руководители подразделения или выше.

На следующий вопрос сотрудникам, предприятия необходимо было определить, в какой мере их удовлетворяют различные стороны работы?

В какой мере Вы удовлетворены:	Удовлетворен	Затрудняюсь ответить	Не удовлетворен
1.Размер заработка			96
2.Режим работы	70	16	
3.Разнообразие работы	68	10	
4.Самостоятельность в работе	76	10	10
5.Возможность продвижения по службе	70	15	11
6.Санитарно-гигиенические условия	84		12
7.Отношения с коллегами	90	6	
8.Отношения с непосредственным руководителем	90	6	

Ответы на данный вопрос продемонстрировали то, что наибольшей неудовлетворенностью сотрудников является размер заработка - 100%. Так в полной мере удовлетворены режимом работы – 72,92%, возможностью продвижения по службе – 72,92%, разнообразие работы – 70,83%, самостоятельность в работе – 79,17%, санитарно-гигиенические условия – 87,50%, отношения с коллегами – 93,75% и отношения с непосредственным руководителем составило 93,75%.

4-й вопрос был представлен в виде линейной шкалы. На ней было необходимо отметить, в какой степени сотрудники удовлетворены своим трудом (в процентах).

Работой не удовлетворен	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	Работой полностью удовлетворен
			20		20	20		26	10			

Результаты вопроса показывают, что удовлетворенность варьировалась от 20% и до 80%. 20%, 40% и 50% составили по 20 сотрудников, 70% - 26 сотрудников и всего лишь 10 сотрудников - 80%.

Анализируя ответы на 5-й вопрос (Каковы Ваши планы на ближайшие 1-3 года?)

- 1) продолжать работать на прежней должности - 70 чел.
- 2) перейти на следующую должность

- 3) перейти работать в другое структурное подразделение - 10 чел.
- 4) перейти работать в другую организацию без смены специальности - 16 чел.
- 5) перейти работать в другую организацию со сменой специальности - 10 чел.
- 6) что еще напишите)._____

Наблюдается, что большинство сотрудников предприятия планируют продолжать работать на прежней должности - 72,9%; 10,4% сотрудников предпочитают перейти работать в другое структурное подразделение, перейти работать в другую организацию без смены специальности – 16,7%; перейти работать в другую организацию со сменой специальности – 10,4%.

На 6-й вопрос, сотрудникам было необходимо определить в какой степени и как действуют на их трудовую активность перечисленные факторы.

	Снижает	Повышает	Не действует
1. Материальное стимулирование		70	16
2. Моральное стимулирование		70	16
3. Трудовой настрой коллектива		90	6
4. Нововведение в компании	14	66	16

Результаты данного вопроса свидетельствуют о том, что 72,92% сотрудников считают, что материальное и моральное стимулирование в равной степени повышает трудовую активность и 16,67% считают, что не действует. Из перечисленных факторов в большей степени трудовую активность, по мнению сотрудников, повышает трудовой настрой коллектива - 93,75%. Нововведения в компании, по мнению сотрудников, повышает трудовую активность – 68,75%, а остальные отмечают, что они малоэффективны.

Анализируя 7- ой вопрос (Считаете ли Вы, что мотивация способствует повышению эффективности работы вас лично?) большинство сотрудников предприятия указало, что «Да» мотивация способствует повышению эффективности работы.

На следующий вопрос (Выберите, пожалуйста, из перечисленных ниже характеристик работы 5 самых важных для Вас. Напротив самой важной для Вас характеристики поставьте цифру 1, менее важной 2, затем 3, 4, 5).

Характеристика работы	Баллы				
1. Обеспеченность оргтехникой			3-20		5-10
2. Возможность профессионального роста		2-22	3-10		5-10
3. Разнообразие работы		2-22	3-16		5-10
4. Высокая заработная плата	1-76ч	2-22			
5. Самостоятельность в выполнении работ		2-4			5-10
6. Престиж профессии		2-22		4-26	5-20
7. Благоприятные условия труда	1-10	2-4	3-40		5-20
8. Благоприятный психологический климат (коллектив)	1-10		3-10	4-50	5-26
9. Возможность общения в процессе работы				4-20	5-10
10. Участие в развитии предприятия					

Высокая заработная плата для сотрудников предприятия является самой важной характеристикой - 79,17% . «Менее важным» сотрудники отмечают: возможность профессионального роста; разнообразие работы; благоприятные условия труда; самостоятельность в выполнении работ; престиж профессии. Их составило в среднем. Каждая из выше написанных характеристик составляла 22,92%.

Благоприятный психологический климат (коллектив), возможность общения в процессе работы, обеспеченность оргтехникой по мнению сотрудников являются маловажными.

Сотрудникам необходимо на 9-й вопрос было определить, какой из видов мотивации их заинтересует в первую очередь, а также выбрать из предложенных характеристик работ 5 самых важных.

Виды поощрений	Баллы
1. Доплаты (премия, бонусы)	1-96
2. Доплаты за стаж работы на предприятии	2-70
3. Доплаты на оздоровление (к основной части отпуска)	3-40; 5-36
4. Обучение (курсы, тренинги, семинары, учеба)	4-30; 5-10
5. Страхование (медицинское, пенсионное, лайф)	3-30; 4-40; 5-20
6. Обеды	
7. Оплата за проезд (проездной, развозка, обслуживание автомобиля)	5-20
8. Корпоративные праздники (билеты в театры, кинотеатры, концерты; выезды на природу; экскурсии (в том числе и в другие города))	2-20; 3-6; 4-6; 5-5
9. Бесплатная или частичная оплата путевок	2-6
10. Ссуды	4-20; 5-5
11. Спорт (абонемент в спортзал, бассейн и т.п.)	
12. Другое (укажите, пожалуйста, что дополнительно вас могло бы заинтересовать)	

Интересуют сотрудников в первую очередь доплаты (премия, бонусы) – 100%. Чуть менее важным для них для является доплаты за стаж работы на предприятии, которое составило 72,92%. Маловажным поощрением является доплаты на оздоровление (к основной части отпуска) – 41,67%, оплата за проезд (проездной, развозка, обслуживание автомобиля) составило 20,83%.

И на 10-ый вопрос (Доступен ли Ваш непосредственный начальник?) все единогласно ответили, что только в рабочее время.

По полученным результатам опроса можно сделать вывод, что все сотрудники на предприятии не удовлетворены размером заработка и для них мотивацией служит в большей степени материальное стимулирование. На предприятии наблюдается удовлетворенность различными сторонами работы. Также следует отметить, что, несмотря на неудовлетворенность размером заработка, и некоторым сторонам работы на предприятии, сотрудники планируют продолжить работу на прежней должности. Это может быть обусловлено, тем, что в современных условиях сложно найти работу лучше. В ходе следует обратить внимание на моральное стимулирование и трудовой настрой коллектива, которые для сотрудников являются важным в работе на предприятии.

На данном предприятии на основе проведенного анализа анкеты следует уделять внимание материальному стимулированию, а именно совершенствование существующей системы оплаты труда и системы премирования. Из-за невозможности усовершенствования системы материального стимулирования предприятию стоит обратить внимание на моральное стимулирование сотрудников. Следует проводить внедрение комплексной системы морального стимулирования сотрудников:

- 1) поддержание благоприятного психологического климата в коллективе;
- 2) формирование эффективной команды;
- 3) формирование и развитие организационной культуры.

Факторы и условия, которые определяют успех компании, напрямую или косвенно связаны с качеством работы сотрудников, а качество работы персонала соответственно напрямую связано с мотивацией на эту работу. В связи с этим, предприятию предлагается использовать японскую систему управления качеством – «Кайдзен».

Кайдзен - это система непрерывного улучшения качества, технологий, процессов, корпоративной культуры, производительности труда, надежности, лидерства и других аспектов деятельности компании.

Сущность системы заключается в том, что основное внимание направлено на «качество» персонала, так как именно от персонала зависит качество выпускаемой продукции и услуг. Эта система позволяет вовлечь в процесс улучшения каждого работника – от руководителя самого верхнего звена, до рядового сотрудника.

Кайдзен также представляет собой ежедневное желание каждого сотрудника сделать лучше свою работу и свои действия более эффективными и безопасными. Благодаря системе «Кайдзен» происходит постоянная реализация положительных изменений в кратчайшие сроки, не привлекая при этом крупные инвестиции.

Применение системы несет в себе как моральное, так и материальное стимулирование. Моральное стимулирование происходит за счет того, что система работает на повышения статуса сотрудника, его внутреннего улучшения, его вовлеченности в инновационную деятельность. Материальное стимулирование в свою очередь происходит в результате того, что при применении этой системы крупные финансовые вложения не требуются, тем самым получается экономия средств, которые в дальнейшем можно использовать в совершенствовании существующей системы оплаты труда и системы премирования.

В результате выше предложенных рекомендации – материальное и моральное стимулирования персонала, будут способствовать мотивационному процессу, а также и экономическому эффекту. Сотрудники предприятия в своей работе будут стремиться к улучшению главных показателей для максимальной оценки проделанной работы, что приведет к повышению эффективности деятельности отдельных сотрудников и росту необходимых показателей деятельности предприятия в целом.

Литература:

1. Сладкова. Е.А. Вознаграждение персонала предприятия// Труды братского государственного университета. Серия: Экономика и управление 2010. Т.2. С.69-71.
2. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Теория и практика: учебник для бакалавров / А.А Данилочкина [и др.]. – Издательство Юрайт, 2014. – 398 с. Серия: Бакалавр. Базовый курс.
3. Шубина Н.А. Материальное и нематериальное стимулирование труда: организационный опыт и общественное мнение // научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. Ст. По мат. XXI междунар. Студ. Науч.-практ. Конф. № 8(23).

УДК 001.895

Инновационная активность современных предприятий

Е.В. Родивонова, О.С. Домрачева, Е.Н. Дубровина
Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия
rodivonova95@mail.ru

Ключевые слова: инновация, инновационная деятельность, инновационная активность, инновационная стратегия, инвестиционно-инновационный проект

Раскрывается сущность понятий «инновационная деятельность», «инновационная активность». Выявлены факторы, влияющие на инновационную активность предприятий. Предложен вариант инновационной политики для ООО «Комбинат Братскжелезобетон».

Значение инноваций в деятельности современных предприятий значительно возросло, и их внедрение является объективным требованием сегодняшнего дня. Инновации присутствуют повсеместно, охватывая производственные, организационные, управленческие сферы функционирования хозяйствующих субъектов. Увеличение инновационной активности позволит предприятиям повышать качество производимой ими продукции, снижать затраты, осуществлять более эффективно ее продвижение на рынке. В связи с этим, вопросы, рассматриваемые в статье, являются весьма актуальными.

Что же понимается под инновационной деятельностью. В современной научной литературе можно встретить различные трактовки данного понятия. Одни ученые делают упор на творческую составляющую инновационной деятельности, другие же особое внимание уделяют производственным аспектам, а некоторые отмечают, прежде всего, ее нацеленность на вкусы и предпочтения потребителей.

Так, например, автор [1, с. 23], под инновационной деятельностью понимает «...деятельность по внедрению результатов фундаментальных научных и проектно-конструкторских разработок, рационального производственного опыта (ноу-хау) и доведению новых оригинальных идей до реализации их в виде готового товара на рынке...».

Понятие инновационной деятельности неразрывно связано с понятием инновационной активности. Многие исследователи отождествляют эти понятия, хотя они имеют разное значение, поскольку деятельность представляет собой занятие или совокупность действий, а активность, в свою очередь, предполагает участие в деятельности.

Рассмотрим трактовки понятия «инновационная активность».

Согласно Трифиловой А.А. [2, с. 1], инновационная активность представляет собой «...интенсивность осуществления экономическими субъектами деятельности по разработке и вовлечению новых технологий или усовершенствующих продуктов в хозяйственный оборот...».

Мельников О.Н. и Шувалов В.Н. понимают инновационную активность как созидательную деятельность (т.е. творческую энергию) производителей товара или услуги, выраженную в достижении диктуемых спросом приращений новизны технико-технологических, экономических, организационных, управленческих, социальных, психологических и других показателей предлагаемых рынку процессов, товаров или услуг, производимых специалистами в конкурентоспособное время [3].

Более емкое определение представили В.П. Баранчев, Н.П. Масленникова и В. М. Мишин: «...инновационная активность фирмы — это комплексная характеристика ее инновационной деятельности, включающая восприимчивость к новациям, основанную на компетенции в вопросах прогресса в данном виде деятельности, степень интенсивности осуществляемых действий по трансформации новации и их своевременность, способность мобилизовать потенциал необходимого количества и качества, в том числе его скрытые стороны, способность обеспечить обоснованность применяемых методов, рациональность технологии инновационного процесса по составу и последовательности операций...» [4].

Состояние инновационной активности в России в период с 2013 по 2015 гг. характеризуется данными таблицы 1 [5, с. 353-356], в которой приведен удельный вес организаций в общем числе обследованных организаций на основе разного рода инноваций – технологических, маркетинговых и организационных.

В сфере научных исследований и разработок отмечается наибольшее количество организаций, занимающихся инновационной деятельностью в период 2013-2015гг. На их долю приходится 32.17% от общего числа организаций. Следует также отметить, что преобладающими были технологические инновации, ими занимались в среднем 30.5% организаций. 8.03% организаций осуществляли организационные инновации и только 4.13% маркетинговые инновации.

Таблица 1

Удельный вес организаций, осуществлявших инновации отдельных типов, в общем числе обследованных организаций, %

Вид	всего			технологические			маркетинговые			организационные		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Всего по добывающим, обрабатывающим производствам, производству и распределению электроэнергии, газа и воды	10,9	10,9	10,6	9,7	9,7	9,5	2,1	2,0	2,0	3,1	3,0	2,9
добыча полезных ископаемых	7,6	7,5	6,9	6,4	6,5	5,8	0,4	0,5	0,5	2,5	2,3	2,6
обрабатывающие производства	13,3	13,6	13,3	11,9	12,2	12,1	3,0	2,8	2,9	3,7	3,6	3,6
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	5,3	5,1	4,9	4,7	4,5	4,3	0,3	0,3	0,3	1,5	1,5	1,5
Всего по монтажу зданий и сооружений из сборных конструкций, устройству покрытий зданий и сооружений, производству прочих строительных работ	-	-	2,0	-	-	2,0	-	-	2,0	-	-	2,0
Всего по связи, деятельности, связанной с использованием вычислительной техники и информационных технологий, научным исследованиям и разработкам, предоставлению прочих видов услуг	8,8	8,5	7,9	7,7	7,6	6,8	1,5	1,3	1,5	2,6	2,7	2,5
связь	14,2	12,2	13,3	11,8	10,7	11,2	4,7	3,3	5,5	4,3	4,5	5,3
деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий	9,6	8,8	8,0	8,4	8,0	7,3	0,8	1,0	0,9	2,4	2,1	2,0
научные исследования и разработки	31,0	33,3	32,2	29,6	31,6	30,3	4,0	4,1	4,3	7,9	8,7	7,5
предоставление прочих видов услуг	3,5	3,5	3,1	2,6	2,7	2,3	0,6	0,5	0,5	1,3	1,3	1,3

По добывающим, обрабатывающим производствам, производству и распределению электроэнергии, газа и воды организации, осуществлявшие инновации отдельных типов в исследуемый период составляют в среднем 10,8%. При этом, преобладающими являются технологические инновации (9,63%), на долю маркетинговых инноваций приходится 2,03%, организационные инновации составляют 3%.

По монтажу зданий и сооружений из сборных конструкций, устройству покрытий зданий и сооружений, производству прочих строительных работ инновации имеют место только в 2015 году, в течение которого только 2% организаций занимались инновационной деятельностью. При анализе отдельных типов на долю каждого приходится также по 2%.

По связи, деятельности, связанной с использованием вычислительной техники и информационных технологий инновационной деятельностью, занималось 8,4 % организаций. В этом виде деятельности технологические инновации составляют 7,37%. Маркетинговым инновациям уделяли внимание только 1,43% организаций. Организационные инновации осуществляли 2,6% организаций.

Обобщая представленную выше информацию можно отметить, что большинство организаций внедряют в большей степени технологические инновации, что вполне оправдано, так как именно этот тип инноваций позволяет существенно изменить качественные характеристики производимой предприятиями продукции, выполняемых работ, оказываемых услуг.

На инновационную активность современных предприятий влияют как внутренние, так и внешние факторы, которые необходимо учитывать при планировании деятельности, выделяя зависящие и независящие от предприятия факторы.

Каким же образом предприятия оцениваются на инновационную активность? Существует два, можно сказать, противоположных подхода. Первый предполагает, что к инновационно-активным относятся те предприятия, которые за последние три года имели завершённые инновации, т.е. нашедшие практическое применение. Вторым подходом к инновационно-активным предприятиям относят те фирмы, которые в отчетном году осуществляли затраты на инновации, при этом величина затрат и уровень завершенности инновационных процессов роли не играют.

Оценка инновационной активности осуществляется по следующим характеристикам:

- наличие завершённых инноваций;
- степень участия предприятия в разработке инноваций;
- наличие на предприятии специальных подразделений, выполняющих исследования и разработки.

В тех случаях, когда инновационная деятельность на предприятии не осуществляется, необходимо выяснить причину этого и принять необходимые меры. Для активизации инновационной деятельности на современных предприятиях необходима разработка стратегий инновационного развития. Для реализации указанной стратегии необходимо формирование на предприятии эффективной инновационной политики.

В настоящее время авторы настоящей статьи занимаются вопросами исследования инновационной деятельности современных предприятий и формированием на них инновационной политики и на этой основе повышением инновационной активности. В качестве одного из объектов исследования было выбрано предприятие ООО «Комбинат Братскжелезобетон». Проведенный авторами анализ финансового состояния и состояния инновационной деятельности ООО «Комбинат Братскжелезобетон» позволил выявить ряд проблем, препятствующих развитию предприятия. Наиболее серьезной можно считать проблему, связанную с полным отсутствием практики применения на предприятии инновационных материалов и технологий.

Сегодня наиболее эффективным средством в решении данной проблемы является разработка предприятием его инновационной политики, которая позволит добиться устойчивого финансового положения предприятия.

Разработка инновационной политики осуществляется в несколько этапов.

Первый этап предполагает проведение анализа состояния инновационных процессов в предшествующем периоде и выработку рекомендаций. Основной целью проведения данного анализа является изучение динамики, масштабов, форм и эффективности инновационного развития на исследуемом предприятии в ретроспективе.

В ходе анализа было выявлено, что товарный ассортимент ООО «Комбинат Братскжелезобетон» долгое время не обновлялся, а, следовательно, на сегодняшний день на предприятии практически отсутствует продукция, которая обладала бы признаками инноваций. Данная проблема связана, прежде всего, со спецификой производства, поскольку разработка инновационных материалов и технологий в производстве железобетонных изделий, как и в области строительства в целом, развита на достаточно низком уровне и не позволяет обеспечить полную потребность строительного комплекса в качественных материалах, изделиях, конструкциях, отвечающих современным требованиям.

Проведение анализа позволяет выявить все плюсы и минусы инновационной деятельности с учетом которых возможна выработка рекомендаций по устранению негативных тенденций и развитию позитивных.

К позитивным моментам в деятельности предприятия можно отнести то, что на предприятии все-таки имеется один продукт, который соответствует заявленным признакам инноваций – это товарный бетон класса В-40. Данная марка бетона обладает улучшенными характеристиками по водонепроницаемости (более 16 атмосфер) и морозостойкостью 1000 циклов.

Следует отметить, что поставка товарного бетона и раствора на предприятии осуществляется собственными миксерами, объемами 4м^3 и 8м^3 , в пределах г. Братска и прилегающим к нему территориях. Положительным моментом в данном случае выступает наличие двух бетонно-смесительных узлов, которые расположены в п. Энергетике (Единая база) и в Центральном районе (Промбаза ОАО Группы «Илим»), а также собственного гравие-сортировочного завода, на котором производят инертные материалы.

Несомненно, сильной стороной предприятия является также то, что география поставок продукции охватывает регион от Иркутской области до Биробиджана, Хабаровска и Комсомольска-на-Амуре.

К негативным тенденциям можно отнести следующие:

- технологическое отставание предприятия от аналогичных производств;
- физическая изношенность основных производственных фондов предприятия;
- низкая конкурентоспособность выпускаемой предприятием продукции;
- низкая инновационная активность;
- узкий ассортимент и низкие объемы выпускаемой продукции, не обеспечивающей потребности строительного комплекса.

Таким образом, учитывая перечисленные позитивные моменты и негативные тенденции, ООО «Комбинат Братскжелезобетон» необходимо порекомендовать провести глубокую техническую реконструкцию и модернизацию, а также внедрить в производство инновационные технологии, чтобы обеспечить ресурсосберегающие направления инноваций.

Второй этап предполагает разработку конкурентоспособного инновационного поведения в предстоящем периоде, постановку целей и задач и их координацию с корпоративными планами развития предприятия.

Целями инновационной деятельности ООО «Комбинат Братскжелезобетон» может стать:

- реализация приоритетных направлений развития науки, технологий и техники в Российской Федерации, утвержденных Президентом Российской Федерации (от 01 декабря 2016 г. № 642);
- повышение эффективности и надежности функционирования предприятия путем качественного совершенствования процессов управления его деятельностью, научно-технического и технологического обеспечения;
- повышение качества обслуживания потребителей на основе внедрения инновационных технологий и продуктов.

ООО «Комбинат Братскжелезобетон» для достижения поставленных целей в инновационной деятельности должно решать следующие задачи:

- проведение мониторинга уровня и актуальных проблем инновационного развития предприятий строительного комплекса;
- определение стратегических перспектив, направлений и приоритетов инновационного развития;
- разработка документации, определяющей цели и приоритеты инновационного развития;
- создание и организация эффективного функционирования координационных и исполнительных структур, осуществляющих управление инновационной деятельностью;
- развитие исследовательской и производственно-технологической инфраструктуры инновационной деятельности;
- разработка комплекса организационных, нормативных и методических документов по вопросам инновационной деятельности;

– разработка положения об инновационной деятельности ООО «Комбинат Братскжелезобетон» и составление ежегодных планов инновационной деятельности ООО «Комбинат Братскжелезобетон», направленных на достижение целей и приоритетов инновационного развития строительного комплекса;

– формирование эффективных механизмов выбора направлений приоритетных научных исследований и разработок;

– создание эффективной системы защиты результатов интеллектуальной деятельности;

– создание эффективной системы подбора, обучения и стимулирования кадров, привлекаемых к осуществлению инновационной деятельности.

Далее необходимо провести SWOT-анализ состояния инновационных процессов на предприятии, его корпоративных ориентиров роста и развития и на основе полученных результатов сгенерировать инновационные идеи.

SWOT-анализ ООО «Комбината Братскжелезобетон» представлен в таблице 2.

Таблица 2

SWOT-анализ ООО «Комбинат Братскжелезобетон»

	<i>Возможности (Opportunities):</i> 1. возможность диверсификации производства; 2. повышение спроса на продукцию; 3. выход на новые региональные рынки; 4. появление новых заказчиков.	<i>Угрозы (Treats):</i> 1. рост цен на электроэнергию; 2. высокий уровень конкуренции в производстве продукции; 3. сезонный характер строительных работ; 4. нестабильность политической и экономической ситуации в регионе.
<i>Сильные стороны (Strengths):</i> 1. наличие собственных источников сырья; 2. высокий стаж, профессионализм и опыт рабочих; 3. отлаженная сбытовая сеть; 4. контроль качества продукции.	<i>СuВ:</i> 1. расширение ассортимента продукции за счет использования собственных источников сырья; 2. привлечение новых заказчиков и выход на новые рынки предлагая более усовершенствованный и качественный продукт.	<i>СuУ:</i> 1. удерживание постоянных заказчиков информируя их о профессионализме и имеющемся опыте работы в данной отрасли.
<i>Слабые стороны (Weakness):</i> 1. физический и моральный износ основного оборудования; 2. низкий уровень менеджмента; 3. отсутствие рекламной политики; 4. высокие цены на продукцию по сравнению с ценами конкурентов; 5. отсутствие НИОКР.	<i>СлВ:</i> 1. расширение ассортимента выпускаемой продукции и увеличение ее объемов за счет обновления основного оборудования; 2. появление новых заказчиков за счет разработки и проведения рекламной политики; 3. выход на новые рынки сбыта и поиск новых заказчиков за счет появления инновационных технологий и, следовательно, качественной и усовершенствованной продукции.	<i>СлУ:</i> 1. конкуренты предлагают аналогичное качество продукции за меньшие цены; 2. отсутствие НИОКР связано с нестабильностью экономической ситуации в регионе.

Среди проанализированных в матрице SWOT-анализа проблем можно выделить следующие проблемы, имеющие актуальный характер для исследуемого предприятия:

1. отсутствие специализированной структуры, осуществляющей управление инновационной деятельностью на предприятии;

2. сильный физический и моральный износ основного производственного оборудования.

Для решения выявленных проблем ООО «Комбинат Братскжелезобетон» можно предложить следующие перспективные новые и улучшающие технологии в производстве ЖБИ:

– внедрение отдела по инновационному развитию в организационную структуру предприятия;

– создание улучшенных видов бетона, обладающего повышенными прочностными, морозостойкими свойствами и т.п.;

– технология безопалубочного формования.

На третьем этапе проводится исследование инновационной активности предприятия в предшествующем периоде и проводится оценка современного состояния инновационной инфраструктуры.

В процессе производства на ООО «Комбинат Братскжелезобетон» особое внимание уделяется качеству выпускаемой продукции, а также расширению номенклатуры, разработке и внедрению новых видов изделий. Следует отметить, что вся продукция на предприятии проходит обязательные испытания в лаборатории отдела технического контроля. На все испытания лаборатория имеет разрешение от ФГУ «Иркутский центр стандартизации, метрологии и сертификации».

Очень важным является то, что ООО «Комбинат Братскжелезобетон» не располагает необходимым технологическим оборудованием, более того, материально-техническая база предприятия не обновлялась в течении многих лет.

Несмотря на это, руководство предприятия утверждает, что главным потенциалом являются имеющиеся высококвалифицированные кадры: квалифицированные руководители, яркие и амбициозные менеджеры, грамотные инженеры и опытные производственники.

Таким образом, можно сказать, что инновационная активность на ООО «Комбинат Братскжелезобетон» не развита, хотя имеется значительный потенциал в лице высококвалифицированных кадров предприятия.

Следовательно, в условиях полного отсутствия инновационной инфраструктуры, реализация предложенных вариантов новых и/или улучшающих технологий является достаточно сложным мероприятием, требующим больших финансовых затрат и привлечения квалифицированных специалистов в области инноваций.

На четвертом этапе проходит формирование инновационных стратегий, согласование их по срокам, ресурсам и исполнителям.

В основе формирования конкурентной стратегии предприятия путем использования достижений инновационного менеджмента лежит взаимодействие между внешней средой, функционирующей системой, которая стремится к стабильности, и системой управления, которая обеспечивает адаптацию организации к условиям функционирования (к внешней среде).

Стратегия представляет собой совокупность последовательных видов поведения, позволяющих организации позиционировать себя в окружающей среде, а изменения в стратегии могут рассматриваться как реакция на изменения внешних условий [6].

Варианты инновационных стратегий ООО «Комбинат Братскжелезобетон» представлены в таблице 3.

Таблица 3

Инновационные стратегии ООО «Комбинат Братскжелезобетон»

Виды инновационных стратегий	Формулировка стратегии	Сроки реализации	Ресурсы	Исполнители
Активные	Создание улучшенного вида бетона, с использованием инновационной многофункциональной добавки Д-5	Краткосрочная	Инновационная добавка Д-5	ИТР бетоносмесительного цеха
	Создание технологии безопалубочного формования	Долгосрочная	Технологическое оборудование, персонал	ИТР формовочного цеха
Пассивные	Внедрение отдела по инновационному развитию в организационную структуру ООО «Комбинат Братскжелезобетон»	Среднесрочная	Персонал, офисное оборудование	Исполнительный директор

Для реализации предложенных технологических инновационных стратегий на ООО «Комбинат Братскжелезобетон» необходимо дополнительно привлекать несколько специалистов, функции которых будут заключаться в следующем:

- формирование портфеля инноваций;
- участие в подготовке специальных тематических обзоров, выставок, совещаний о состоянии и тенденциях инновационного развития производства;
- учет эффективности использования информационно-инновационных материалов при освоении новых видов продукции, технологий, применение передового опыта в сфере инноваций;
- подготовка отчетности о выполненной работе отдела инновационного развития.

Важно отметить также то, что специалисты отдела по инновационному развитию предприятия должны не только разрабатывать инновации, но и оценивать эффективность от их внедрения.

Внедрение эффективной инновационной стратегии на ООО «Комбинат Братскжелезобетон» позволит получить ему дополнительные конкурентные преимущества, которые помогут сохранить и увеличить существующую долю рынка, повысить эффективность финансово-хозяйственной деятельности, а также создадут условия для дальнейшего интенсивного роста предприятия.

Пятый этап предполагает определение экономической эффективности, отбор и формирование портфеля инновационных проектов. Сформированные на предыдущем этапе варианты стратегий инновационного развития представляют в форме инновационно-инвестиционных проектов или бизнес-планов.

1. Создание улучшенного вида бетона, с использованием инновационной многофункциональной добавки Д-5.

В настоящее время возможности бетона в значительной мере зависят от различных специальных добавок, которые используются при его производстве. Применение добавок является одним из самых эффективных способов регулирования реологических и физико-механических свойств бетона.

2. Внедрение линии безопалубочного формования ST™

Прежде чем говорить об экономической эффективности данного инновационно-инвестиционного проекта, необходимо проанализировать, существует ли потребность в данной технологии в нашем регионе. В связи с тем, что в Иркутской области в настоящее время активно ведутся работы по выполнению государственных программ, таких как «Доступное жилье» сроком реализации на 2014 – 2020 гг., а также переселение граждан из аварийного жилищного фонда, возрастает потребность в производстве строительных материалов и конструкций. Также фактором повышения спроса на продукцию, произведенную с использованием данной технологии, является большое разнообразие нестандартных конструктивных форм выпускаемых изделий, которое не обеспечивается ни на одном заводе по производству ЖБИ в Иркутской области.

Руководству ООО «Комбинат Братскжелезобетон» можно предложить инновационно-инвестиционный проект по внедрению линии безопалубочного формования ST™ с предполагаемым семилетним сроком реализации. В ходе исследования особенностей долгосрочного инвестирования необходимо определить начальные инвестиционные затраты. Исходные данные для расчета представлены в таблице 4.

Таблица 4

Исходные данные для расчета начальных инвестиционных затрат

Показатель	Сумма, руб.
Затраты на приобретение линии безопалубочного формования ST™, в том числе:	27 500 000
технологическое оборудование	17 000 000

оборудование технологических полов	8 000 000
услуги (доставка, монтаж, пуско-наладочные работы)	2 500 000

Следует отметить, что в общую сумму затрат на приобретение линии безопалубочного формования ST™ уже включается стоимость доставки, услуги которой предоставляет НПЦ «Стройтех».

По результатам исследований сделано предположение, что годовой объем продаж будет расти на 4 % ежегодно.

На шестом этапе проходит оценка инновационного потенциала и обеспечение на корпоративном уровне эффективного оперативного управления стратегиями инновационного развития. На этом этапе проводится окончательный отбор стратегии инновационного развития, которая отвечает требованиям организационно-экономического обеспечения. Если по результатам оценки инновационного потенциала возможности эффективной инвестиционной поддержки оказываются низкими, новую или улучшающую технологию можно включить в портфель инновационных проектов и реализовать разработки при более благоприятных условиях. Если по результатам оценки инновационного потенциала возможности эффективной инвестиционной поддержки оказываются высокими, предприятие приступает к реализации проекта. Достижение поставленных целей и задач организуется и контролируется на уровне корпоративных отношений.

ООО «Комбинат Братскжелезобетон» для реализации стратегии по внедрению линии безопалубочного формования ST™ необходимо оценить свои финансовые возможности. Поскольку предприятие не в состоянии самостоятельно полностью покрыть все затраты, связанные с внедрением инновационной технологии, было рекомендовано привлечение заемных средств.

Рассмотренные варианты кредитных предложений от различных банков представлены в таблице 5.

Таблица 5

Варианты кредитов, рекомендуемых для ООО «Комбинат Братскжелезобетон»

Наименование банка	Название кредита	Процентная ставка	Сумма кредита, валюта	Срок кредита	Материальное обеспечение
Сбербанк России	«Бизнес-Актив»	от 12,2 %	от 150 000 руб.	1 мес. – 7 лет	требуется
МТС Банк	«Инвестиционный»	13 – 20,5 %	1 000 000 – 80 000 000 руб.	до 5 лет	требуется
ВТБ-24	«Целевой»	от 11,8 %	от 850 000 руб.	до 5 лет	требуется

Наиболее подходящим является кредит «Бизнес-Актив» от ПАО «Сбербанк России». В рамках данной программы кредит выдается предприятиям с целью приобретения нового и бывшего в употреблении оборудования для использования в текущей хозяйственной деятельности, его страхование и осуществление монтажных и пуско-наладочных работ, что и соответствует выбранной стратегии развития предприятия.

Завершающим этапом является анализ и контроль поставленных и достигнутых стратегических целей инновационного развития, выявление отклонений. В процессе реализации стратегий инновационного развития обеспечивается не только их организационно-экономическая поддержка, но и своевременная корректировка при существенных изменениях конъюнктуры на рынке, выведении конкурентами продуктов-аналогов, появлении новых научных знаний, дестабилизации экономической обстановки на самом предприятии.

Таким образом, формирование инновационной политики на современных предприятиях будет способствовать повышению их инновационной активности, что в свою очередь позволит улучшить показатели деятельности.

Литература:

1. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / В. М. Кожухар. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. — 292 с.
2. Оценка инновационной активности предприятия [Электронный ресурс] // Сайт: Журнал об инновационной деятельности «Инновации». URL: [http://innov.etu.ru/innov/actual.nsf/d4d9b780e281a84ac32568f800498abd/51707ff0b7fc5bd043256e9f0042a4a3/\\$FILE/_m0n90bs05t02v81f80nlgbrg5s82u0no5ts_.doc](http://innov.etu.ru/innov/actual.nsf/d4d9b780e281a84ac32568f800498abd/51707ff0b7fc5bd043256e9f0042a4a3/$FILE/_m0n90bs05t02v81f80nlgbrg5s82u0no5ts_.doc) (дата обращения 22.03.2017).
3. Инновационная активность как фактор повышения конкурентоспособности предприятия. Мельников, О.Н. и Шувалов В.Н. [Электронный ресурс] // Сайт: Издательский дом Библио-Глобус. URL. [<https://bgscience.ru/lib/1482/>] (дата обращения 22.03.2017).
4. Управление инновациями: учеб. для бакалавров / В.П. Баранчев, Н.П. Масленникова, В.М. Мишин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт , 2012. – 711 с.
5. Россия в цифрах. 2017: Краткий статистический сборник / Росстат - М., Р76. 2017 - 511 с.
6. Составляющие инновационной политики. [Электронный ресурс] // Сайт: Файловый архив для студентов StudFiles. URL: <http://www.studfiles.ru/preview/5152641/page:5/> (дата обращения 7.04.2017).

УДК 331.1

Конфликтные ситуации в организации и пути их решения

Е.А. Сладкова¹, Н.Ю. Слонкин²

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия
¹sladkova-ea@mail.ru, ²slonkin.nikita@yandex.ru

Ключевые слова: конфликт, причины и виды конфликтов, разрешение конфликта

В статье описаны причины возникновения конфликта в организации, виды и последствия конфликтов, способы разрешения конфликтных ситуаций

В процессе производственной деятельности нередко возникают ситуации, когда позиции отдельных сотрудников или руководителя и подчиненного (подчиненных) в отношении хозяйственных, трудовых и др. вопросов не совпадают и могут привести к конфликтам, которые окажут влияние на эффективность функционирования организации. Конфликт - это ситуация, в которой два или несколько участников воспринимают позиции оппонентов как противоположные, а действия, совершаемые с этих позиций, как несущие непосредственную угрозу.

Под управлением конфликтами обычно понимают деятельность по сознательному вмешательству в конфликтную ситуацию с целью воздействия на процесс и результат течения конфликтной ситуации. То есть не всегда управление конфликтом связано с тем, чтобы этот конфликт сразу же прекратить. Очень часто управление конфликтом связано с тем, чтобы довести конфликт до высшей точки, чтобы разрешить выявленные противоречия.

Умение руководителя выполнять производственные задачи и разрешать возникающие при этом проблемы во многом зависят от уровня его компетентности [1, С. 199]. Одной из функций руководителя является прогнозирование конфликтов. Это обоснованное предположение о времени, вероятных последствиях возможного конфликта, предмете, месте. Делается это для того, чтобы заранее выяснить те обстоятельства, которые могут к конфликту привести. Фактически, правильное прогнозирование конфликта должно приводить к его предупреждению, то есть созданию таких условий, организационных и социально-психологических, которые будут препятствовать возникновению конфликтных ситуаций [2].

Существуют различные концепции объясняющие природу конфликта в организации.

1. Концепция жизненных циклов организации: любая организация проходит определенные стадии в своем жизненном цикле, стадии, совпадающие с жизнью любой организации, такие стадии, как создание, рост, расцвет, кризис и т.д. Завершение каждой стадии связано с

появлением каких-то неразрешимых противоречий, разрешив которые можно перейти на следующую стадию жизненного цикла.

2. Телеологическая концепция: любая организация ставит перед собой цели, которые не соответствуют нынешним средствам пользеваемым в организации, то есть задача организации, как правило, состоит в том, чтобы дорастить собственные ресурсы, средства, инструменты до того уровня, который будет благополучно позволять достигать цели. Конфликт и является результатом постановки таких амбициозных целей, которые выходят за границы возможного для участников организации.

3. Диалектическая концепция: в функционировании любой организации можно наблюдать противоположные тенденции и в определенный момент эти тенденции сталкиваются между собой, а основная задача руководства состоит в том, чтобы разрешить противоречия возникающие между этими тенденциями.

4. Эволюционная концепция: среди организаций всегда существуют вызовы и для того, чтобы организация смогла найти вызовы и адекватно ответить у нее внутри должны генерироваться противоположные решения относительно того, каким образом стоит из этой ситуации выбираться [3].

Источниками и причинами возникновения конфликта в организации являются:

- ограниченные ресурсы (очень часто люди не могут удовлетворить свои потребности за счет ресурсов, которых недостаточно);

- взаимозависимость задач (часто сам процесс деятельности организации связан с тем, что одни задачи могут выполняться только после других задач или в соответствии с требованиями, которые предъявляют к ним участники решения третьих задач);

- противоречия в целях (подразделения внутри компании имеют противоположные цели; если они не понимают роль своих задач в рамках глобальных, общих целей организации, то они начинают конфликтовать);

- различия в представлениях и восприятии реальности (участвующие в конфликте люди обладают разными представлениями о реальности, для кого-то важно пожить спокойной жизнью, а для кого-то важно любой ценой достичь признания, успеха и поэтому между такими позициями возникают конфликты);

- плохие коммуникации (кто-то кого-то не дослышал, передал сообщение не правильно и сразу возникает недопонимание и может превратиться в конфликт);

- различия в жизненном и профессиональном опыте (участники конфликта по-разному смотрят на ситуацию в связи с различными жизненным и профессиональным опытом) [4, С. 162-163].

Для того, чтобы руководитель мог успешно и эффективно справляться с возникающими конфликтными ситуациями в его организации, он должен уметь правильно определять вид возникающего конфликта. Выделяют следующие виды:

1. Внутриличностный - это конфликт, существующий у конкретного человека, который обычно связан с противоречием между личными и производственными потребностями, целями, ценностями.

2. Межличностный - возникает между конкретными личностями и связан, как правило, со спецификой личностной организации участников конфликта (особенности темперамента, способы восприятия события).

3. Межгрупповой - возникает между различными группами по разным причинам (из-за различия целей между функциональными группами внутри организации).

4. Между личностью и группой - этот конфликт происходит, когда конфликтует группа людей и один конкретный человек, который с этой группой вынужден взаимодействовать [5, С. 40].

Часто бывает, что причинами многих конфликтов является внутриличностный конфликт, поэтому с точки зрения типологии этого типа конфликтов можно выделить следующие виды:

1. Мотивационный - возникает, как правило, тогда, когда у одной личности существует множество различных нереализованных желаний.

2. Нравственный - связан с тем, что существуют противоречия между системой ценности, который разделяет человек и рабочими заданиями.

3. Ролевой - конфликт связан с тем, что человек не удовлетворен уровнем занимаемой должности.

4. Адаптационный - связан с тем, что человек не способен адекватно адаптироваться к внешнему окружению.

С точки зрения предмета конфликта обычно выделяют:

- деловые - эти конфликты связаны с профессиональной деятельностью участников (проблемы, задачи, цели, которые ставит перед ними организация);

- личные - конфликты, связанные с неофициальной деятельностью участников. Как правило, это межличностные конфликты.

С точки зрения результатов конфликтов выделяют:

- симметричные - конфликты, результаты которых распределены поровну между участниками, как с позитивной, так с негативной точки зрения;

- ассиметричные - конфликты, результаты которых распределены неравномерно между участниками.

С точки зрения проявления выделяют конфликтные ситуации:

- открытые - конфликты известны руководству, они менее опасные, потому что руководство может вмешаться и эти конфликты каким-то образом разрешить;

- скрытые - это те конфликты, участники которых стараются не предавать факт их существования огласке. Одно из разновидностей является интрига или намеренные нечестные действия, выгодны инициатору. Скрытые конфликты являются очень опасными потому что, как правило, последствия могут оказаться очень существенными для организации, а руководство не знало о том, что причиной многих негативных последствий является какой-то скрытый конфликт.

С точки зрения источников, связанных с деятельностью самой организации, можно выделить следующие виды:

- структурные - связаны со спецификой организационной структурой предприятия, например, одни подразделения слишком нагружены, а другие наоборот, выполняют мало работы;

- инновационные - связаны с тем, что в организации появляются принципиально новые, непривычные и несовершенные производственные процессы;

- динамические - обычно связаны со стадией групповой динамики, когда группа собирается и в определенный момент у них появляется стадия «бурления», когда они между собой конфликтуют;

- позиционные - связаны с конфликтом интересов различных подразделений организации, например, подразделение обычно не довольны качеством выпускаемой продукции того или иного завода, а производственники совершенно не довольны тем, что продавцы не знают о потребительских качествах выпускаемой продукции.

У руководителя любой организации в руках существуют несколько очень простых и эффективных способов разрешения конфликта.

К первой группе методов относятся структурные методы, которые, как правило, связаны с четким определением функциональных обязанностей, ответственности, ресурсов, сроков, порядка выполнения рабочих заданий и т.д., то есть всем тем, что связано со способами решения позиционных конфликтов.

Следующий способ называется методом координационных механизмов. Это когда в организации устанавливаются определенные иерархии полномочий и в случае возникновения конфликтной ситуации конфликт разрешает вышестоящий начальник или руководитель. Иногда создаются координационные советы или специальные совместные совещания, которые принимают решения относительно того, как следует двигаться дальше конфликтным сторонам.

Метод системы вознаграждения. Суть метода сводится к тому, что функциональная обязанность, которая мотивируется материальным вознаграждением, руководителей - борьба с конфликтами.

Еще один метод - это комплексные цели организации. Он связан с разрешением тех конфликтов, которые связаны с разницей в целях, ценностях участников организации. Как правило, это подход связан с постановкой таких целей, достижение которых предполагает снятие всяких конфликтов.

Самые сложные межличностные конфликты преодолеваются за счет того, что участники конфликта могут придерживаться различных стилей разрешения конфликта:

1) уклонение - как правило связано с тем, что человек пытается избежать конфликта;

2) сглаживание - люди пытаются ослабить симптомы проблем, лежащих в основе конфликта, пытаются быть солидарными, не замечать проблемы. Этот тип поведения обычно приводит к усилению конфликта и к эскалации последствия конфликта;

3) принуждение - связано с тем, что одна из сторон просто принуждает другого участника к совершению тех действий, которые ему нужны, это не всегда связано с решением реальной проблемной ситуации, которая лежит в основе конфликта;

4) компромисс - как правило, связан с поведением человека, который пытается принять точку зрения своего оппонента; этот тип поведения тоже не самый эффективный, потому что он может увести в сторону от реальной проблемы, которая находится у истоков конфликта;

5) решение проблем - является самым совершенным, самым эффективным способом в разрешении конфликтов, это попытка разобраться в подлинных причинах, лежащие в основе проблемы и в основе конфликта [6, С. 152].

Любой человек желающий разрешить возникающий конфликт может придерживаться определенного алгоритма разрешения конфликта:

1. Необходимо проанализировать суть конфликта, то есть выяснить, кто является участником конфликта, по какому поводу этот конфликт возник, какая история конфликта, каковы интересы и мотивы участников, каков предмет конфликта.

2. Определяется противоречия, проблемы, лежащие в основе конфликта. На данном этапе важно не только понять какие эмоции, интересы двигают участников, но и выяснить то объективное противоречие, которое вызвало возникновение этого конфликта.

3. На этом этапе следует уже переходить к вовлечению участников конфликта в разрешение. Здесь, тот человек, который пытается разрешить конфликт выясняет, в чем конкретно прав или не прав каждый участник конфликта. Он должен собрать наиболее представительный набор мнений и каждое из этих мнений разобрать со всевозможными объективностями.

4. Все участники конфликта определяют наилучшие и наихудшие варианты развития ситуации, то есть результаты конфликта. Они должны рассмотреть результаты разрешения с точки зрения приемлемости для себя, расставить приоритеты относительно каждого варианта и после этого следует переходить на следующую стадию.

5. Определение нескольких способов разрешения конфликта: каждый из этих вариантов должен быть четко рассмотрен с точки зрения того, на сколько этот способ, вариант ущемляет интересы каждого участника.

6. Если это необходимо, то участники конфликта могут привлекать посредников, как людей, которые могут предложить какое-то новое творческое решение или которые могут объективно посмотреть на ситуацию.

7. Все участники конфликта окончательно определяют тот вариант, которого они будут придерживаться и принимают решения о том, чтобы ему следовать.

8. Реализация самого оптимального решения, завершение конфликта [7, С. 70].

Последствия конфликтов могут быть:

- позитивные: объединение единомышленников, приобретение опыт взаимодействия с другими рабочими группами и в разрешении конфликтных ситуаций и др.;

- негативные: подрыв доверия к тем или иным участникам, на разрешение конфликта тратится много ресурсов, возникают барьеры для осуществления быстрых перемен и т.д. [6, С. 145].

Для того, чтобы снизить негативные последствия конфликта руководитель, безусловно, должен обладать способностью и знаниями по разрешению конфликтной ситуации [8], быть не только формальным, но и неформальным лидером организации [9, С. 224].

Конфликт или столкновение интересов нередко отождествляют с причиной, вызывающей необходимость управления. Факты практики не отвергают этого вывода. Конфликт как организационный процесс представляет собой сложное и динамичное явление. Он может разворачиваться на различных уровнях: на уровне индивида, группы, организации. Для разрешения конфликтов разных уровней используются соответствующие им методы и стили. Для разрешения организационных конфликтов с успехом могут использоваться структурные и межличностные методы.

Литература:

1. Косякова В.В. Развитие лидерского потенциала руководителя промышленной организации// Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2014. Т.1. № 1. С. 199–202.
2. Словарь по конфликтологии: справ. изд./ С.Б. Никонова [и др.]; под ред. В. А. Светлова, И. А. Пфаненштиля. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2012. - 234 с.
3. Шарков Ф.И. Общая конфликтология: Учебник для бакалавров/Ф.И.Шарков, В.И.Сперанский; под.общ.ред.засл.деят.науки РФ Ф.И.Шаркова.-М.: Издательско-торговая компания «Дашков и К», 2015.-240 с.
4. Бороздина Г.В. Психология делового общения: Учебник. 2-е изд. М.: Инфра-М, 2011.- 224 с.
5. Иванова О. А., Суртаева Н. Н. Конфликтология в социальной работе: учебник и практикум для академического бакалавриата.- М.: Юрайт, 2016. - 282 с.
6. Томилов В.В. Культура предпринимательства: учебник для вузов / В. В. Томилов. - Санкт-Петербург: Питер, 2000. - 359 с.
7. Цветков В.Л. Психология конфликта. От теории к практике: учебное пособие для студентов вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013г. – 183 с.
8. Анцупов А. Я. Конфликтология: новые способы и приемы профилактики и разрешения конфликтов: учебник для вузов / А. Я. Анцупов, А. И. Шипилов. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: ЭКСМО, 2011. - 510 с.
9. Косякова В.В. Стратегия выживания промышленного предприятия в турбулентной среде// Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2015. Т.1. № 1. С. 222–226.

УДК 338.31

Финансовая устойчивость и финансовый потенциал предприятия

Е.А. Сладкова¹, Р.А. Дупин²

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия.

¹sladkova-ea@mail.ru, ²robert.dupin@mail.ru

Ключевые слова: финансовая устойчивость, финансовый потенциал, финансовая стратегия

Статья посвящена финансовой устойчивости и финансовому потенциалу предприятия. Рассматриваются факторы, влияющие на финансовый потенциал, важность финансовой стратегии и используемых инструментов финансового менеджмента, финансового состояния предприятия. Приводятся рекомендации по представленной теме

В научной литературе под термином «потенциал предприятия» понимается совокупность находящихся в распоряжении предприятия стратегических ресурсов, имеющих определяющее значение для возможностей и границ функционирования предприятия в тех или иных условиях [1, С. 76].

Обеспечение устойчивого финансового положения и развитие финансового потенциала предприятия выступает в качестве необходимого условия в рыночных отношениях, выполнение которого позволяет предприятию отвечать по своим обязательствам и создает возможность инвестировать в дальнейшее развитие самого предприятия.

Финансовый потенциал – это финансовое положение и финансовые возможности предприятия, возможность привлечения инвестиций в требуемом объеме для реализации инвестиционных проектов, способность обеспечивать финансовую устойчивость предприятия с целью достижения максимального финансового потенциала.

Финансовая устойчивость – это определенное состояние счетов предприятия, гарантирующее его постоянную платежеспособность [2, С. 12].

С финансовой стороны финансовая устойчивость определяет уровень независимости организации, возможность своевременного выполнения обязательств. В свою очередь рост прибыли и относительной величины прибыли к вложенным средствам создает предпосылки для обеспечения финансовой устойчивости предприятия.

Максимальный финансовый потенциал достигается при достаточном уровне собственного капитала. Считается эффективным положение, при котором не менее половины финансовых ресурсов покрывается собственными средствами, что обеспечивает нормальную хозяйственную деятельность и повышение потенциала предприятия. Также сопутствует максимизации потенциала рентабельность вложенного капитала и наличие эффективной системы управления финансами.

Финансовый потенциал, наличие средств и финансовые возможности отражает ряд показателей: структура затрат на производство продукции, объем производства, структура оборотных средств, период оборота, рентабельность продукции.

Финансовое положение предприятия и его финансовый потенциал сопряжен с эффективным и целесообразным использованием оборотных средств, также напряженное положение может создаться в результате неэффективного использованием средств, просрочкой выплат по обязательствам с кредиторами и задолженностями перед бюджетом, поставщиками.

Для роста финансового потенциала предприятия производится анализ комплекса факторов, влияющих на него [3]. На основе результатов данного анализа создается возможность регулирования хозяйственной деятельности организации с целью повышения ее эффективности (таблица 1).

Таблица 1

Факторы, влияющие на финансовый потенциал предприятия

<i>Внутренние факторы</i>	<i>Внешние факторы</i>
Организационно-управленческие	Хозяйственно-правовые и административные
Экономические	
Материально-технические	Рыночные
Социальные	

Каждый из видов факторов включает в себя составляющие, которые непосредственно влияют на финансовый потенциал предприятия:

1. организационно-управленческие факторы – относится тактика и стратегия развития организации, информационное обеспечение;

2. экономические факторы – налоговое планирование, финансовое планирование, резервы роста прибыли;

3. материально-технические факторы – модернизация и реконструкция материально-технической базы, прогрессивные предметы труда, используемое технологическое оборудование;

4. социальные факторы – условия труда, квалификация работников;

5. хозяйственно-правовые и административные факторы – правовые акты, постановления и положения, налогообложение;

6. рыночные – конкурентоспособность, эффективность маркетинга, ценовая политика.

Максимальная степень устойчивости предприятия характеризуется способностью развиваться в нестабильном состоянии внешней и внутренней среды. Обеспечение данного критерия является сложной задачей, т.к. предприятие должно иметь возможность привлекать заемные средства в данных условиях, т.е. быть кредитоспособным.

Важную роль в укреплении финансового потенциала и создания финансовой устойчивости предприятия играет финансовая стратегия.

Финансовая стратегия – это стратегия по управлению финансовыми ресурсами, по обеспечению и распределению внутри предприятия, контроль над целесообразностью и эффективностью их использования.

Создание и реализация эффективной стратегии, разрабатываемой с учетом всех факторов и основывающейся на использование инструментов финансового менеджмента, позволит создать конкурентоспособный потенциал предприятия. Финансовая стратегия основывается на использовании инструментов финансового менеджмента, представленных в таблице 2.

Таблица 2

Инструменты финансового менеджмента

Финансовое управление	Бюджетирование, привлечение заемных средств, финансовый анализ, инвестиционный менеджмент.
Финансовая реструктуризация	Ликвидация нерентабельных структур, контроль и управление издержками производства, списание активов с баланса.
Рынок финансовых услуг	Лизинг, факторинг, страхование.
Управление финансовыми рисками	Фьючерсы, свопы, опционы, форварды, хеджирование, управление активами и пассивами предприятия

Также одним из инструментов является эффект финансового рычага (левериджа), при помощи которого можно определить эффективную структуру капитала.

Эффект финансового рычага – это показатель, изменение которого отражает влияние использования заемных средств на величину рентабельности собственного капитала.

В современных условиях структура капитала является тем фактором, который оказывает непосредственное влияние на финансовое состояние предприятия – его платежеспособность и ликвидность, величину дохода, рентабельность деятельности. Внутренний анализ структуры капитала связан с оценкой альтернативных вариантов финансирования деятельности предприятия. [4, С. 150]

Предприятия имеют различную финансовую устойчивость в зависимости от вида деятельности, занимаемой доли рынка, финансовой стратегии и устойчивость можно разделить на основные ее виды:

1. абсолютная устойчивость – затраты и запасы в полном объеме покрываются собственными обратными средствами;

2. нормальная устойчивость – текущие активы превышают кредиторские задолженности;

3. неустойчивое состояние – наблюдается снижение доходности, появляется необходимость привлечения дополнительных средств.

Оценка финансовой устойчивости проводится с помощью анализа его финансового состояния, которое отражает собой наличие и использование финансовых ресурсов, а именно превышение доходов над расходами. Формирование финансовой устойчивости происходит непрерывно в процессе хозяйственной деятельности и показывает устойчивость предприятия в целом. Финансовое состояние также определяет потенциал предприятия.

Важной характеристикой финансового состояния является стабильность деятельности в долгосрочной перспективе, которая может постоянно меняться от периода к периоду и предприятию необходимо иметь помимо финансовых инструментов и другие, такие как информационное обеспечение деятельности предприятия, на всех уровнях, развитость, которой сопутствует возможности более качественного анализа положения дел на предприятии.

Информационная база обеспечивает проведение анализа финансового состояния предприятия. В информационную базу входит ряд различных источников, которые выбираются в зависимости от целей проводимого анализа. Источники информации подразделяются на внешние и внутренние.

К внешнему анализу относятся:

- 1) законодательные и нормативные акты;
- 2) периодические издания и специальная литература;
- 3) публичная финансовая статистика;
- 4) информационные Интернет ресурсы.
- 5) К внутреннему анализу относятся:
- 6) данные первичного бухгалтерского учета;
- 7) информация внутренней отчетности;
- 8) акты ревизий и инвентаризаций;
- 9) аналитические расчеты;
- 10) законодательные и нормативные акты;
- 11) публичная финансовая и статистическая отчетность;
- 12) нормативно-справочная информация;
- 13) заключение аудиторских фирм;
- 14) информация бизнес-планов и бюджетов;
- 15) результаты опросов и анкетирования работников;
- 16) информационные Интернет ресурсы;
- 17) специальная литература.

Итоговый результат анализа зависит от того, насколько совершенна информационная база предприятия.

Финансовое оздоровление предприятия представляет выбор стратегий, тактик и средств. Выбор направлений реализации оздоровления диктуются конкретным случаем и зависит от организации и имеющихся средств и инструментов финансового воздействия на ситуацию.

Рекомендуются следующие мероприятия по улучшению и обеспечению финансовой устойчивости и развития финансового потенциала:

1. увеличение собственного капитала, накопление нераспределенной прибыли;
2. грамотная финансовая стратегия, позволяющая предприятию привлекать долгосрочные и краткосрочные заемные средства;
3. расчет величины запасов продукции на складе;
4. формирование совершенной информационной базы.

Также можно отнести работы по взысканию дебиторской задолженности, ускорение оборачиваемости оборотных средств, обеспеченность собственными оборотными средствами, т.е. поиск резервов по увеличению темпов накопления собственных источников средств и обеспечение ими оборотных средств окажут положительное влияние на финансовую устойчивость предприятия.

Отсюда следует, что анализ факторов, разработка грамотной финансовой стратегии и использование финансовых инструментов, создание финансовой устойчивости и независимости, улучшение финансового потенциала для инвестиций в дальнейшее развитие актуальны для любого предприятия в рыночных отношениях.

Литература:

1. Сладкова Е.А. Экономический потенциал предприятия как экономическая категория// Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2016. № 1. С.76-81.
2. Е.М. Рогова, Е.А. Ткаченко. Финансовый менеджмент. Учебник для бакалавров. - М.: Юрайт, 2011. - 448 с.
3. Алябьева В.А. Факторы и пути повышения финансовой устойчивости организации [Электронный ресурс] - URL: <http://elib.sfu-kras.ru/bitstream/handle/2311/3411/> (дата обращения: 13.03 2017)
4. М.И. Черутова, И.Г. Трофимова, О.В. Черутова. Формирование оптимальной структуры капитала предприятия// Труды Братского государственного университета. Серия: Проблемы управления социально-экономическим развитием регионов Сибири. 2013. Т.1. С. 150-152.

УДК 331.556.4

Роль и место рекламной стратегии в системе маркетинга и маркетинговых коммуникаций

Е.В. Трапезникова

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия
Tev-58@mail.ru

Ключевые слова: стратегия, рекламная стратегия, интегрированные маркетинговые коммуникации, целевой подход, целевая аудитория.

Рассматриваются различные подходы к определению рекламной стратегии. Выделены наиболее характерные признаки рекламной стратегии. Дается авторское определение категории «рекламная стратегия» и определяются этапы разработки рекламной стратегии.

Анализируя категорию «стратегия» можно выделить несколько подходов. Стратегия рассматривается как:

- создание уникальной цепной позиции [16];
- набор правил для принятия решений [13];
- план действий для достижения целей предприятия [10;17;19;2];
- направление и способ использования средств [9];
- модель действий [6].

«Стратегия -это совокупность миссии, общих и локальных целей, определяющих будущее деятельности предприятия в различных сферах хозяйственной деятельности в условиях быстро изменяющейся внешней среды, реализующихся через план» [26].

Таким образом, стратегия должна содержать понятные четкие цели, одновременно, предусматривая определенную гибкость поведения в изменяющихся условиях рынка для достижения максимального результата и экономии ограниченных ресурсов.

Понятие стратегии через так называемую «комбинацию пяти «П»» определяет:

-стратегия - план действий;
-стратегия - прикрытие, то есть действия, нацеленные на то, чтобы перехитрить своих противников;

-стратегия - порядок действий;

-стратегия - позиция в окружающей среде, связь со своим окружением;

-стратегия - перспектива, то будущее состояние, к которому необходимо стремиться [13].

Таким образом, можно определить категорию стратегии, как план, основанный на прогнозах, который помогает достигнуть поставленные цели.

Рекламная деятельность в рыночных условиях требует стратегического подхода, который базируется на:

- идее органичного последовательного приспособления организации к изменяющейся обстановке внешней среды;

- идее целевого подхода к решению производственных, организационных, управленческих и коммуникационных задач с целью достижения конкурентного преимущества [14].

По словам «большинство ученых экономистов всю совокупность стратегий предприятия сводят в три основные группы: корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии» [2]. В свою очередь выделяет четвертую группу стратегий – коммуникационную, в которой рассматриваются стратегии продвижения товара, в том числе и рекламная [11].

Существует множество определений понятию «рекламная стратегия». «Рекламная стратегия - часть маркетинговой стратегии, связанной с комплексом вопросов использования рекламы для реализации целей маркетинга» [7]. «Рекламные стратегии представляют собой комплекс решений относительно объекта продвижения, соотнесенных с общими маркетинговыми стратегиями и направленных на целевую аудиторию, выделенную на основе сегментации рынка. Организация рекламной кампании и управление ею являются важными этапами общего процесса маркетинговой деятельности организации и должны соотноситься с общим комплексом ее стратегий» [8].

«Рекламные стратегии - комплекс решений по выбору оптимальной формы, содержания, времени и пути доставки рекламного сообщения до определенной аудитории, служащий основой планирования и реализации рекламной кампании» [14]. «Стратегические решения в сфере маркетинга и рекламы имеют важнейшее значение в определении будущего любой организации. Они охватывают практически все стороны деятельности, как самой организации, так и ее окружения» [14].

Проанализировав определения, выделяем характерные признаки рекламных стратегий:

- рекламная стратегия (РС) –коммуникационная часть маркетинговой стратегии, соотносится с целями как маркетинговой стратегии, так и с общими целями компании;

-РС - комплекс решений по выбору оптимальной формы, содержания, времени и пути доставки рекламного сообщения;

- РС – целый комплекс стратегий: стратегии в отношении рынка, потребителей, конкурентов, товара или торговой марки;

- РС направлены на целевую аудиторию;

- РС формируются, исходя из имеющихся ресурсов организации (людских, финансовых, временных и т. д.);

- РС должны быть достаточно гибкими для возможного изменения под воздействием внешней среды.

Таким образом, рекламная стратегия будет включать в себя весь комплекс маркетинговых коммуникаций.

Модель процесса маркетинговой коммуникации предполагает следующие действия:

- выявить целевую аудиторию, определить ее качественные и количественные характеристики;

- определить желаемую ответную реакцию (в том числе в количественном выражении);

- обеспечить осведомленность потенциальных клиентов о фирме и товаре;

- добиться знания клиентом фирмы, товара;

- завоевать благорасположение аудитории;
- побудить адресата к совершению покупки.

В настоящее время учеными введено понятие «интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК)», которое позволяет увидеть коммуникации такими, какими они видятся потребителю – «как поток информации из единого источника» [24].

По словам Головой А. Г. «ИМК – комплексная концепция, помогающая осуществлять экономическую деятельность предприятия с целью обеспечения нормы прибыли и капитализации компании. ИМК – технология (дисциплина, инструментарий) маркетинга, позволяющая обеспечить коммуникацию с определенными целевыми сегментами рынка, а также с аудиториями с целью выполнения задач, поставленных перед хозяйствующим субъектом на рынке» [8].

Даулинг Г. отмечает: «ИМК подход в области стратегического менеджмента, который координирует все аспекты коммуникации с группами, важными для компании, для того чтобы эффективно улучшить общий бренд, репутацию, прибыльность» [26].

Абрамян Э. сужает это понятие до «комбинации персональной продажи, рекламы, стимулирования сбыта и связей с общественностью» [1].

Ученые по-разному дают определение ИМК, оставаясь едиными в том, что:

1. ИМК – комплекс инструментов воздействия на целевую аудиторию;
2. ИМК требует стратегического подхода;
3. Целью ИМК является контакт, который позволит улучшить общий бренд, репутацию, прибыльность и другие задачи, поставленные перед хозяйствующим субъектом на рынке.

Рекламная стратегия осуществляется через ИМК и определяет каким образом с их помощью можно достичь поставленных целей.

Обобщая все выше сказанное, делаем вывод, что рекламная стратегия, разработанная на основе анализа информации, - это программа, включающая целевую аудиторию, рекламное сообщение, концепцию продукта, бюджет, комплекс ИМК, которые помогают достигать поставленные цели. Рекламные стратегии должны сформировать у клиентов целевое поведение, которое будет способствовать получению организацией определенного торгового и коммуникативного эффекта.

Из данного определения можно выделить шесть этапов в разработке стратегии:

- выбор целевой аудитории на основе сегментации рынка,
- позиционирования товара или торговой марки,
- выбор модели рекламной коммуникации,
- выбора средств рекламы,
- выбор рекламной стратегии,
- формирования бюджета рекламной кампании [5];[9];[14].

Литература:

1. Абрамян Э. Promotion как современная маркетинговая коммуникация // Маркетинговые коммуникации. – 2001. №3.- С. 21.
2. Аверина О. В. «Научно-методические аспекты формирования функциональных стратегий предприятий пивобезалкогольной промышленности» / диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук.- 2007.
3. Балабанов И. Т. Риск-менеджмент- М.:Финансы и статистика, 1996.
4. Барышев, А.Ф. Маркетинг: Учебник. -М.:Академия,2013.-224с.
5. Бове, К. Л., Арене У. Ф. Современная реклама: Пер. с англ. - Тольятти: «Издательский Дом Довгань», 2005. - 704 с. – С.162.
6. Боумен К. «Основы стратегического менеджмента»-М.: Банки и биржи, 1997.
7. Васильев, Г. А. Поведение потребителей. Учеб. пособие. – М.: Инфра-М, 2013. – 240 с.
8. Голова А. Г. ИМК // Маркетинг в России и за рубежом, №6, 2006.

9. Дж. О'Шонесси Конкурентный маркетинг: стратегический подход // <http://www.management.com.ua/>
10. Ильенкова Е. Д. Инновационный менеджмент.-М.:Банки и Биржи, 1997.
11. Инновационный менеджмент. : справочное пособие под ред. Завлина П.Н., Казанцева А.К., Миндели Л.Э.-СПб.:Наука. 2007г.-263с.
12. Маркетинг. Принципы и технология маркетинга в свободной рыночной системе: Учебник для вузов/Под ред. Н.Д. Эриашвили. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. — 255с.
13. Минцберг Г., Альстренд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий: Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2000. - 336 с.
14. Наумова А. В. Научно-методологические основы планирования и организации рекламной кампании. Учебник для вузов, М.: Питер, 2013.
15. Основы управления инновациями в пищевом подкомплексе АПК - под ред .Тужилкина В.И. -М:Издательский комплекс МГУПП, 1997.
16. Портер М. «Конкуренция».-М.:Изд. Дом Вильяме, 2000.
17. Прыкин Б.В., Эриашвили Н.Д. «Общий курс менеджмента в таблицах и графиках».- М.:Банки и биржи,ЮНИТИ,1998.
18. Солодова И. П. Совершенствование планирования производственной и коммерческой деятельности операторов связи путем формирования эффективных обеспечивающих стратегий (на примере рекламной стратегии оператора сотовой связи), диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - 2007.
19. Томсон А.А, Стрикленд А.Д. «Стратегический менеджмент»-М. Банки и Биржи, ЮНИТИ, 1998.
20. Трапезникова Е.В., Абрамова А.С. Перспективы развития малого бизнеса в России. Труды Братского государственного университета: Серия.: Экономика и управление. – Братск: Изд-во БрГУ, 2014. – 209 с.
21. Трапезникова Е.В., Дубровина М.А. Исследование инструмента продвижения вуза на примере средств сувенирной и деловой рекламы. Казанская наука. №2 2014г. – Казань: Изд-во Казанский Издательский Дом, 2014. - с.60-63.
22. Трапезникова Е.В., Любинецкая Т.Г.Розничные торговые сети. Перспективы развития в городах с малой численностью населения. Труды Братского государственного университета: Серия.: Экономика и управление. – Братск: Изд-во БрГУ, 2014. – 209 с.
23. Фатхутдинов Р. А. «Инновационный менеджмент».-М.:Бизнес школа Интел Синтез, 1999.
24. Шульц Д. Е., Танненбаум С.И., Лауретборн Р.Ф. Новая парадигма маркетинга: ИМК.- М.: ИНФРА-М,2004.
25. Quinn J. V. Strategies for Change Logical Incrementalism. - Holmwood, 1980. - 24 8с.
26. <http://www.torgrus.com/research/3/197.html>

УДК 331.556.4

Исследование товарного ассортимента продуктов деревообрабатывающей промышленности

Е.В. Трапезникова¹, Е.С.Пакулова

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

¹Tev-58@mail.ru

Ключевые слова: товар, товарный ассортимент, эффективность товарного ассортимента, ABC-анализ.

В настоящее время продукты деревообрабатывающей промышленности пользуются спросом, благодаря своим хорошим качествам. Лесная и деревообрабатывающая промышленность активно развиваются в нашей стране, а особенно в Восточной Сибири. В данной статье приведен анализ товарного ассортимента продуктов деревообрабатывающей промышленности на примере предприятия Иркутской области «Айсберг-Сибирь». Были проведены исследования динамики продаж всех ассортиментных групп, также в статье представлен ABC-анализ, с помощью которого выявлены самые эффективные группы товаров

Лесная и деревообрабатывающая промышленность играют важную роль в экономике России. По данным за 2015 год общая лесная площадь превысила 885 млн. га, что составляет примерно 45 % всей площади страны. При этом запас древесины составляет 82 млрд. м³. Основную долю лесообразующих пород составляют хвойные: сосна, ель, лиственница, кедр.

Среди регионов страны по деревообрабатывающей промышленности отличается Восточная Сибирь. Она находится на втором месте по выработке древесины в России, в данном районе предприятия производят 1/4 от всего объема продуктов деревообрабатывающей промышленности. Выделяется здесь Иркутская область, так как в этом районе находится много различных лесных и деревообрабатывающих предприятий, таких как, «Ангара Плюс», «Айсберг Сибирь», «Леспром», Ангарский деревообрабатывающий завод и другие.[1]. Исследование актуально еще и потому, что данные материалы в современном мире активно используются в строительстве. Потребители предпочитают натуральные строительные материалы, что вписывается в популярную в настоящее время концепцию здорового образа жизни.

Объектом исследования работы является предприятие «Айсберг-Сибирь», расположенное в городе Братске Иркутской области. Компания действует на рынке деревообрабатывающей промышленности с 1998 года. Основное направление деятельности предприятия – глубокая переработка лиственницы. Компания поставляет готовые изделия деревообрабатывающей промышленности в Западную Европу и Европейскую часть России (включая Москву). Основным видом сырья, который использует фирма – древесина сибирской (ангарской) сосны и лиственницы.[2]

Цель исследования заключается в выявлении наиболее эффективных групп товарного ассортимента продуктов деревообрабатывающей промышленности на примере предприятия «Айсберг-Сибирь».

Такая постановка цели определила следующие задачи:

- рассмотреть динамику продаж всех ассортиментных групп;
- провести ABC-анализ товарного ассортимента предприятия;
- определить наиболее эффективные группы товаров;
- проанализировать загруженность предприятия;
- дать рекомендации по расширению производства на предприятии.

Товарный ассортимент – это совокупность ассортиментных групп на предприятии, которые тесно связаны между собой и подготовлены для реализации. С помощью исследования ассортимента продукции и можно влиять на эффективность деятельности предприятия.

На основе изучения первичной документации предприятия была сформирована таблица товарного ассортимента, которая представляет собой перечень всех продаваемых товаров, на основании которой были проведены исследования динамики продаж по укрупненным группам товарного ассортимента (рис.1).

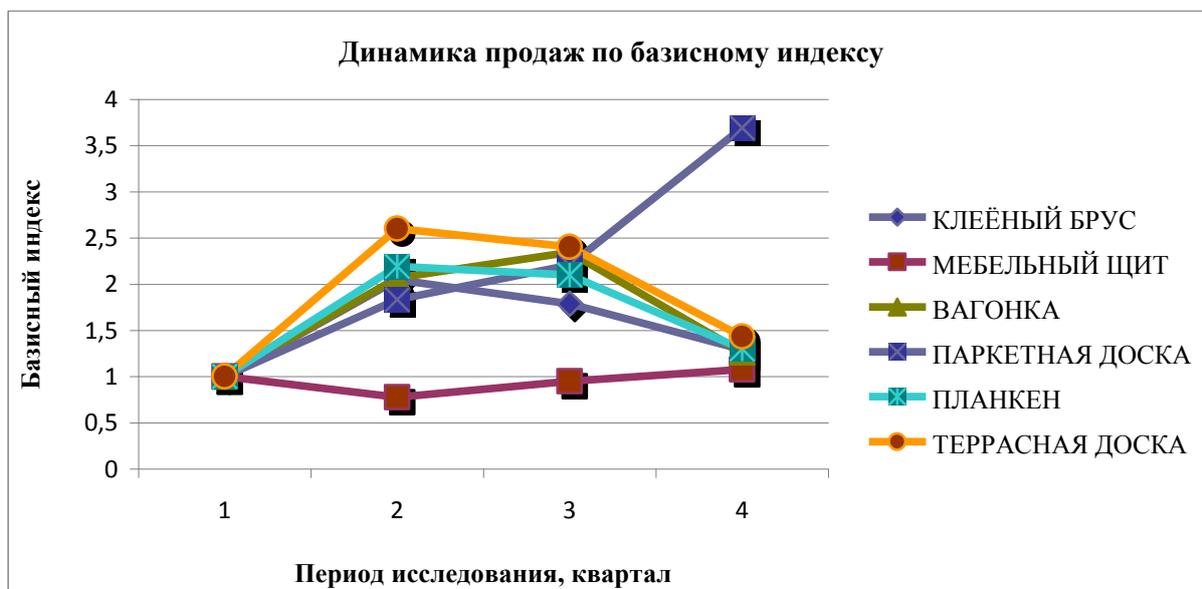


Рис. 1. Динамика продаж продукции предприятия «Айсберг Сибирь» по базисному индексу

При исследовании динамики продаж клееного бруса можно заметить, что во втором квартале происходит резкий скачок, объем продаж увеличивается в 2,04 раза по сравнению с первым периодом и принимает свое максимальное значение 9599000 руб. В третьем квартале происходит увеличение продаж на 78% по сравнению с первым кварталом и уменьшение на 13% по сравнению со вторым периодом. В четвертом квартале по сравнению с первым прослеживается увеличение показателя на 29% и уменьшение на 28% по сравнению с третьим периодом.

Динамика продаж мебельного щита уменьшается во втором квартале на 23%. Но в третьем периоде происходит увеличение показателя на 22% по сравнению со вторым кварталом, но по сравнению с первым показатель уменьшился на 5%. В четвертом периоде по сравнению с базисным прослеживается увеличение продаж на 7%, а по сравнению с третьим периодом на 13%.

Исследуя динамику продаж вагонки, можно заметить резкое увеличение показателя во втором квартале по сравнению с первым в 2,06 раза. В третьем периоде по сравнению с базисным происходит увеличение в 2,34 раза, а по сравнению со вторым кварталом увеличение продаж прослеживается на 13%. В четвертом квартале по сравнению с первым можно заметить увеличение продаж на 26%, но сравнивая с третьим периодом просматривается уменьшение показателя на 47%.

Динамика продаж паркетной доски увеличивается во втором квартале по сравнению с первым на 83%. В третьем периоде по сравнению с первым происходит рост продаж в 2,2 раза, а по сравнению со вторым кварталом продажи увеличиваются на 20,3%. В четвертом периоде показатель увеличивается на 67,2% по сравнению с предыдущим кварталом.

Анализируя динамику продаж планкена, можно проследить увеличение показателя в 2,19 раза во втором квартале по сравнению с первым. В третьем квартале происходит увеличение продаж в 2,1 раза по сравнению с первым периодом, но если сравнить показатель со вторым кварталом, то можно увидеть уменьшение продаж на 5%. В четвертом периоде по сравнению с базисным увеличение продаж происходит на 29,76%, но при сравнении с предыдущим (третьим) кварталом прослеживается уменьшение продаж на 39%.

При анализе динамики продаж террасной доски прослеживается увеличение показателя во втором квартале в 2,6 раза. В третьем периоде по сравнению с первым продажи увеличились в 2,4 раза, но по сравнению со вторым кварталом прослеживается уменьшение показателя

теля на 8%. В четвертом периоде по сравнению с базисным происходит увеличение на 43,37%, но по сравнению с третьим периодом произошло уменьшение продаж на 41%.

Увеличение продаж во 2 квартале связано с сезонностью и ростом спроса на продукцию со стороны строительных компаний.

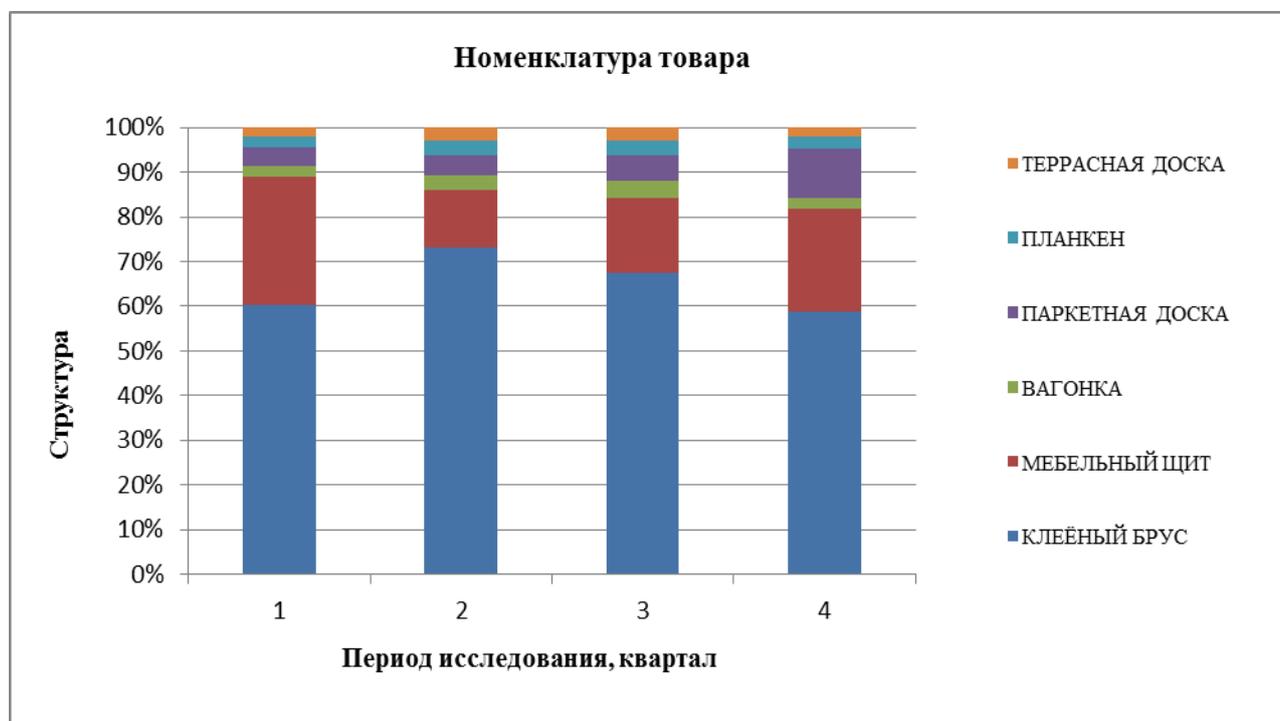


Рис. 2. Удельный вес товарной номенклатуры

Исследование номенклатуры товаров показывает, что большой объем продаж приходится на клеёный брус, на втором месте по продажам находится мебельный щит, а вагонка, паркетная доска, планкен и террасная доска имеют меньший объем продаж. Такая ситуация напрямую связана с технологией производства на предприятии, после переработки круглого леса, весь объем сырья идет на производство клееного бруса и мебельного щита, а затем из оставшихся материалов производят погонажные изделия.

Исследуемое предприятие имеет 6 производственных цехов. Первые два используются для переработки круглого леса, а остальные – непосредственно в производстве продукции.

Исходя из информации паспорта предприятия - производственные мощности для изготовления продукции составляют:

- изготовление клееного бруса – 100 м3/месяц
- производство паркетной доски и погонажных изделий – 23 м3/месяц
- производство наборно-реечного щита – 32 м3/месяц.

По данным продаж за последний год объемы проданной продукции приведены в таблице 1.

Объемы проданной продукции на предприятии «Айсберг Сибирь»

Наименование продукции	Объем производства, м ³				Недогруз за год, м ³
	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	
Клееный брус	71,52	152,17	121,58	95,13	759,60
Мебельный щит	37,80	27,81	36,01	39,65	242,73
Вагонка	4,33	9,40	10,74	5,76	130,20
Паркетная доска	6,50	12,44	14,65	26,35	
Планкен	4,77	10,33	9,66	5,95	
Террасная доска	3,59	8,85	7,91	4,57	

По представленным в таблице данным можно сделать вывод, что на предприятии есть недогруз, а значит, есть возможность задействовать свободные производственные мощности. Для того чтобы определить, как более рационально провести работу в этом направлении необходимо провести ABC-анализ. Цель данного анализа – выявить самые эффективные ассортиментные группы.

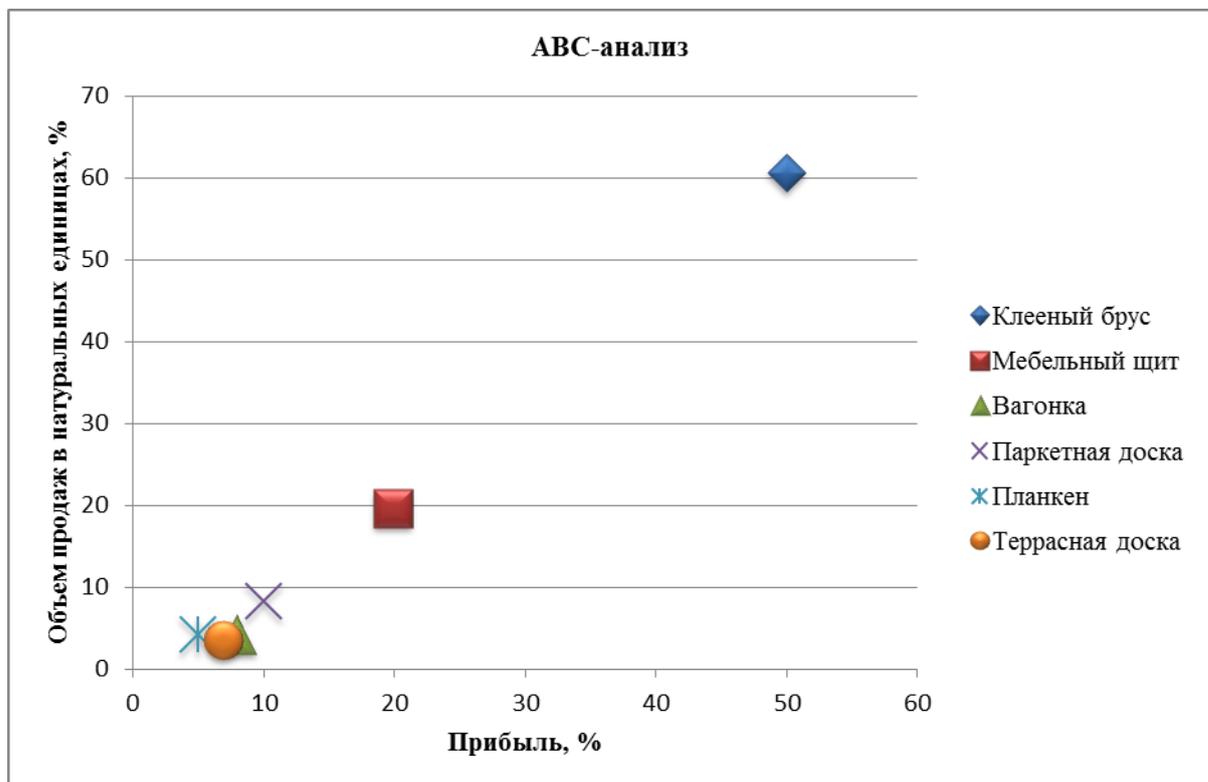


Рис. 3. График ABC-анализа

По результатам ABC-анализа можно сделать вывод, что самый большой объем продаж на предприятии – клееный брус. Вместе с тем, этот вид продукции не является эффективным, так как продажи составляют в товарном портфеле фирмы 61%, а прибыль всего 50% от всей прибыли предприятия. На втором месте по объему продаж находится мебельный щит. Остальные ассортиментные группы (вагонка, паркетная доска, планкен, террасная доска) имеют низкие объемы продаж. Но данные ассортиментные группы, не смотря на низкие объемы продаж, имеют эффективность более высокую, чем клееный брус.

В ходе проведенного исследования был выявлен недогруз предприятия в среднем на 70% в зависимости от видов продукции.

Основные причины таких низких показателей продуктивности:

- отсутствие лесных дорог в местах, разрешенных к вырубке;
- бюрократические препоны (согласования с лесничеством, оформление разрешений на вырубку);
- браконьерство (многие предприятия работают незаконно, скрывая реальные объемы производительности для минимизации налогов).

На 1000 м² российского леса приходится всего 1,2 км проездных дорог. Еще один существенный нюанс — территориальная проблема: большинство лесоперерабатывающих комплексов находятся в европейской части страны, а лес, доступный для рубки – в азиатской. Поэтому наша страна при таких внушительных запасах ресурса, обеспечивает менее 6% мирового объема заготовки леса [4].

Основой для оптимизма является продвигаемая государством программа развития малоэтажного деревянного домостроения, по которой до 2020 г выпуск домов из дерева заводского изготовления планируется увеличить до 2,8 млн. м²/год. К 2030 г. объем малоэтажного строительства из древесины составит 69 млн. м²[4].

Сегодня остро стоит вопрос о замене устаревших процессов рамного пиления на более продуктивные ленто- и круглопильные технологии, что соответственно, позволит увеличить объемы производимой продукции.

Рост спроса приведет неизбежно к росту цен на пиломатериалы глубокой переработки на внутреннем российском рынке до среднеевропейского уровня. Наиболее востребованными останутся материалы из хвойных пород из-за низкой стоимости, доступности сырья и его легкости в обработке.

Таким образом, у предприятий лесоперерабатывающей промышленности отличные перспективы для расширения производства. По итогам проведенных исследований можно предложить предприятию расширить производство мебельного щита, вагонки, паркетной доски, планкена, террасной доски, так как данные виды продукции находятся в эффективном ценовом сегменте и имеют хорошие прогнозные перспективы.

Литература:

1. Промышленность России и СНГ / Лесной комплекс России. География и факторы размещения//www.mining24.ru/timbering/lesnoj-kompleks-rossii
2. Айсберг-Сибирь//www.bratskles.ru
3. Трапезникова Е.В., Абрамова А.С. Перспективы развития малого бизнеса в России. Труды Братского государственного университета: Серия.: Экономика и управление. – Братск: Изд-во БрГУ, 2014. – 209 с.
4. <http://www.liveinternet.ru/click>

УДК 338.984

Методологические основы планирования на предприятии

М.И. Черутова, Н.Н. Тетерина

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия
eims@brstu.ru

Ключевые слова: планирование, функции планирования, виды планов, методы планирования

Рассматривается сущность планирования на предприятиях, предлагается определение понятия данного явления. Приводится общеупотребительная классификация планирования. Выделяются методики применения планирования на предприятии.

В условиях рынка предприятие должно своевременно определять предстоящие научно-технические, организационно-экономические, социально-политические и другие виды воздействия внешней среды (как отрицательные, так и положительные) и принимать соответствующие плановые решения. [1, с. 4]

Сегодня есть много различных определений планирования.

Разные авторы [1 с. 7, 2 с. 6, 4 с. 10] дают следующие определения процесса планирования:

Планирование — один из экономических методов управления, выступающий как основное средство определения перспектив развития субъекта планирования, с расчетом необходимых ресурсов и методов достижения намеченных объемов деятельности.

Планирование – это определение целей и задач предприятия на определенную перспективу, анализ способов их реализации и ресурсного обеспечения.

Процесс планирования включает разработку и корректировку действий на основе предвидения, обоснования, конкретизации и описания деятельности хозяйствующего объекта на ближайшую и отдаленную перспективу.

Таким образом, можно сказать, что планирование – это процесс разработки плана, основанный на сборе и анализе информации, для достижения желаемых целей в будущем.

Целеполагание является одним из основных принципов планирования. С позиций системного подхода все звенья предприятия должны преследовать единую конечную цель – систематическое получение прибыли.

Процесс планирования должен начинаться с построения дерева целей. Уровни дерева целей могут быть представлены в виде схемы (рис. 1).

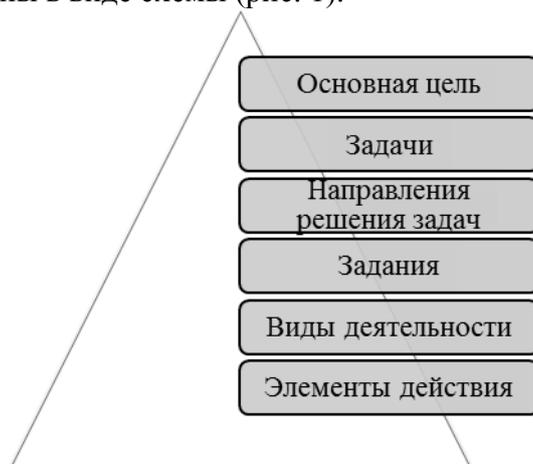


Рис. 1. Уровни дерева целей

Эта модель отражает цели и средства их достижения. При этом цели нижнего уровня являются средствами для достижения целей верхнего уровня. Точного алгоритма для построения дерева целей не существует, так как каждое предприятие имеет свою специфику, определяемую факторами внутренней среды.

Также следует упомянуть функции планирования. Планирование как необходимый элемент управления выполняет в системе предпринимательской деятельности ряд важнейших функций, среди которых наибольшее значение имеют следующие:

- инициирование – активизация, стимулирование и мотивация намечаемых действий, проектов и сделок;
- прогнозирование – предвидение и обоснование желаемого состояния фирмы в процессе анализа и учета совокупности факторов;
- оптимизация – обеспечение выбора допустимого и наилучшего варианта развития предприятия в конкретной социально-экономической среде;

- координация и интеграция – учет взаимосвязи и взаимозависимости всех структурных подразделений предприятия с ориентацией их на единый общий результат;
- безопасность управления – обеспечение информацией о возможных рисках для своевременного принятия упреждающих мер по уменьшению или предотвращению отрицательных последствий;
- упорядочение – создание единого общего порядка для успешной работы и ответственности;
- контроль – возможность оперативного отслеживания выполнения плана, выявления ошибок и его корректировки;
- воспитание и обучение – благоприятное воздействие образцов рационально спланированных действий на поведение работников и обучение их, в том числе и на ошибках;
- документирование – представление действий в документальной форме, что может быть доказательством успешных или ошибочных действий менеджеров предприятия. [3, с. 60]

Особенно следует выделить виды планов. На предприятиях могут использоваться самые разные виды планов. В различных источниках [3 с. 67, 5 с. 35] приводятся схожие классификации планов на предприятии. В обобщенном виде классификация видов планов представлена в таблице 1.

Таблица 1

Классификация видов планов

Классификационный признак	Виды планов
По времени	- стратегические - долгосрочные - среднесрочные - краткосрочные - оперативные
По объектам хозяйствования	- государственные - внутрифирменные
По степени определения параметров	- детерминированные (с четко определенными параметрами) - вероятностные (“от и до”)
По признаку временной ориентации	- реактивные, закрепляющие достижения прошлого - инактивные, инертные по планируемым действиям - преактивные, существенные преобразования деятельности
По директивности	- директивные, обязательные для выполнения - индикативные, рекомендательные - избирательные
По конкретной установке	- целевые - общехозяйственные - социально-ориентированные
По масштабности	- общегосударственные - региональные - корпоративные - внутрифирменные - индивидуальные
По видам деятельности	- по выполняемым функциям внутри предприятия (планы по реализации, по маркетингу, по труду и заработной плате и т. д.) - инновационные и инвестиционные планы

Кроме того, при планировании на предприятии используют различные методы, отличающиеся разными подходами к процессу планирования. Наиболее используемые в практической деятельности методы следующие.

Балансовый метод. Основан на соизмерении имеющихся материальных, трудовых и финансовых ресурсов с потребностями в них, сопоставлении затрат и результатов деятельно-

сти, согласовании и координации плановых заданий с учетом производственных мощностей и возможностей различных подразделений предприятия, а также обеспечении единства и сбалансированности всех частей и разделов общего плана деятельности и развития предприятия. Балансовый метод широко применяется в планировании деятельности производственных предприятий. Виды балансов, используемых на предприятии, приведены на схеме (рис. 2).

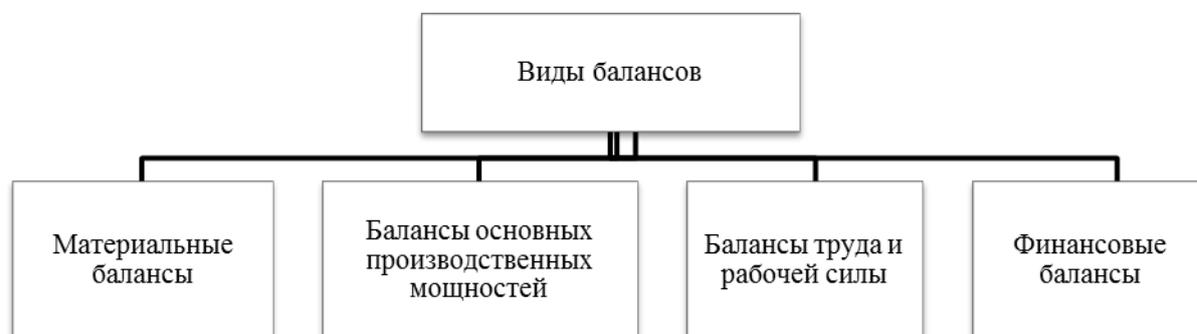


Рис. 2. Виды балансов

Нормативный метод. Его сущность заключается в том, что для разработки планов используют систему научно обоснованных норм и нормативов различных показателей, применяющихся на предприятии.

Пофакторный метод. В его основе лежит учет зависимости ряда планируемых показателей от различных факторов. При этом значение планового показателя определяют по достигнутой в отчетном году величине, скорректированной на плановый период с учетом возможных изменений факторов, влияющих на рассматриваемый показатель.

Экономико-математические методы. Предназначены для решения плановых задач с использованием математических моделей, отображающих производственные и экономические процессы и ситуации различными способами, в частности с помощью системы уравнений и неравенств, связывающих известные и искомые показатели. [2 с. 44]

Также следует упомянуть, что в практике планирования на предприятиях для решения отдельных общих и частных задач на различных уровнях управления (предприятие, производство, цех) используются и другие методы разработки планов и плановых решений, в частности следующие.

Метод экстраполяции, базирующийся на анализе производственно-хозяйственной и экономической деятельности предприятия в предшествующие годы, выявлении главных и устойчивых закономерностей его развития в прошлом и предположении о сохранении или незначительных изменениях сложившихся тенденций в плановом периоде, а также на учете возможных изменений внутренних и внешних факторов, влияющих на плановые решения.

Матричный метод, позволяющий рассчитывать варианты плана при различных изменениях тех или иных факторов и параметров, например, заданий по ассортименту продукции, материальным ресурсам, ценам на продукцию, наличию трудовых ресурсов, сменности работы технологического оборудования и др.

Сетевой метод, сущность которого заключается в графическом изображении всего комплекса планируемых работ, отражающем их логическую, технологическую, производственную последовательность выполнения, взаимосвязь и продолжительность отдельных процессов, а также в обеспечении последующей оптимизации разработанной модели (сетевого графика) с целью выполнения всего комплекса работ с наименьшими затратами времени и финансовых средств.

Метод предельного анализа, позволяющий планировать прибыльное соотношение издержек и доходов предприятия путем определения величины безубыточного объема выпуска и реализации продукции различного вида.

Метод дисконтирования, позволяющий учитывать изменения величины доходов и затрат в течение периода реализации плановых заданий путем приведения их к моменту (году) осуществления финансирования (капиталовложений) запланированных работ. [4 с. 52]

Использование тех или иных методов планирования зависит от объекта планирования, продолжительности планового периода, целей и задач планирования, наличия вычислительной техники, специальных программ, квалифицированных работников и др.

Таким образом, можно сделать вывод, что прежде чем начинать действовать, предприятию необходимо определиться с целью деятельности и, исходя из этой цели, разрабатывать план.

Таким образом, можно сделать вывод, что планирование на предприятии играет очень важную роль. При грамотном планировании могут быть разработаны планы хозяйственной деятельности предприятия, позволяющие снизить затраты и увеличить прибыль.

Литература:

- 1) Планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / Р. В. Савкина. – 2-е изд., перераб. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2015. – 320 с.
- 2) Планирование на предприятии : учебно-методический комплекс / Г. З. Суша. - 5-е изд., переработанное. - Минск : Издательство МИУ, 2013. - 243 с.
- 3) Планирование на предприятии. Учебник и практикум: учебник для бакалавров / В. А. Горемыкин. – 9-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 857 с.
- 4) Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / И. А. Дубровин. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2016. – 432 с.
- 5) Планирование на предприятии: Учебник / Р. В. Савкина. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2013. – 324 с.

УДК 336.025

Некоторые аспекты инновационной деятельности и ее финансирования

М.И. Черутова¹, Е.В. Трусевич², А.В. Трусевич³

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

¹eims@brstu.ru, ²joint@brstu.ru, ³trusevic@yandex.ru

Ключевые слова: инновация, инновационная деятельность, финансирование инноваций.

В статье рассматриваются некоторые теоретические аспекты инновационной деятельности и ее финансирования. Определены и описаны основные источники финансирования инновационной деятельности. Изложены основные принципы системы финансирования инноваций.

Научно-технический прогресс, признанный во всем мире в качестве важнейшего фактора экономического развития, тесно связан с понятием инновационного процесса. Под инновационным процессом обычно понимают вложение средств в экономику, обеспечивающее смену поколений техники и технологии, являющиеся достижением научно-технического прогресса. Инновационная деятельность представляет собой вид деятельности, связанный с трансформацией идей - инноваций в новый усовершенствованный продукт, внедренный на рынке; в новый или усовершенствованный технологический процесс, использованный в практической деятельности; в новый подход к социальным услугам.

Различают множество форм управления инновациями на самых разных уровнях: от подразделений корпораций до государства, призванного осуществлять специальную инноваци-

онную политику. Место и роль инновационной политики в структуре государственного регулирования экономики определяются особенностями инновационного процесса как объекта управления.

В настоящее время, инновационная деятельность в России имеет тенденцию к увеличению числа организаций, осуществляющих технологические инновации. Но, несмотря на положительную динамику, российские показатели пока отстают от показателей развитых стран примерно в 3-5 раз [1].

Региональная инновационная политика, формируемая во всех субъектах Российской Федерации, ориентирована, прежде всего, на решение территориальных проблем, к числу которых относятся эффективное использование имеющегося материально-технического, сырьевого и трудового потенциалов, удовлетворение потребностей внутреннего рынка.

Основными мерами реализации региональной инновационной политики выступают программы по повышению конкурентоспособного потенциала приоритетных для региона производств посредством привлечения частных институциональных инвесторов к реализации инноваций; формирование режима экономического стимулирования инновационной деятельности [2].

Как показывает практика, долговременный экономический рост невозможен без существенного увеличения доли конкурентоспособной продукции и развития высокотехнологичных отраслей. Мировой опыт свидетельствует о том, что ускорение инновационного развития не может быть обеспечено только за счет «точечного» финансирования. Необходимо системное, крупномасштабное финансирование в конкурентоспособные или потенциально конкурентоспособные отрасли, а также в отрасли, сопряженных с ними по цепочке технологических взаимосвязей.

В рыночной экономике основную массу исследований и разработок осуществляют коммерческие фирмы, а т.к. инновационная деятельность - это достаточно капиталоемкий процесс, фирмы неминуемо сталкиваются с необходимостью поиска оптимальной структуры источников финансирования. В развитых странах финансирование инновационной деятельности осуществляется как из государственных, так и из частных источников. Для большинства стран Западной Европы и США характерно примерно равное распределение финансовых ресурсов для научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) между государственным и частным капиталом.

Наиболее значительна доля частного сектора в финансировании научных исследований и разработок в США, Швеции, Финляндии (70 - 75 %), Бельгии, Германии, Франции (65 - 60 %). Государство финансирует в основном фундаментальные исследования, осуществляемые университетами, государственными и полугосударственными исследовательскими лабораториями и институтами, оказывает селективную поддержку инновационным разработкам в частном секторе. Подходы к распределению государственных ресурсов на поддержку НИОКР в частном секторе в различных странах неодинаковы. Например, в отличие от стран ЕС, где превалирует диверсифицированный подход в распределении средств между частными фирмами, в США направляемые государством средства в НИОКР частного сектора сконцентрированы в небольшом количестве компаний. Всего 0,5 % американских компаний получают 84 % государственного финансирования на НИОКР [1].

К сожалению, сегодняшнее состояние инновационной деятельности и инвестиционного климата в России отстает от развитых стран. В настоящий момент, недостаточные объемы государственного финансирования, нехватка собственных средств у предприятий не восполняются притоком частного капитала.

Определим основные источники финансирования инновационной деятельности. К ним относятся:

- а) государственные источники финансирования инновационных проектов в России, которые в свою очередь подразделяются на бюджетные фонды, внебюджетные фонды, а также государственные конкурсы и государственные заказы;
- б) российские негосударственные источники финансирования;

в) иностранные инвестиции.

Финансирование инновационной деятельности за счет бюджетных средств осуществляется в соответствии с целями и приоритетами государственной инновационной политики и предназначается как для решения крупномасштабных научно-технических проблем, так и для поддержки малого и среднего инновационного предпринимательства. Государственное финансирование предоставляется на безвозмездной и безвозвратной основе, в форме грантов.

Негосударственные источники финансирования делятся на внебюджетные средства, российские венчурные фонды и компании, российские инвестиционные организации и российские инвестиционные фонды.

Внебюджетные средства, включают в себя собственные средства организаций, осуществляющих инновационную деятельность и средства инвесторов. Важными источниками формирования собственных средств предприятия являются фонд амортизационных отчислений и фонд развития производства. Фонд амортизационных отчислений часто является основным внутренним источником предприятия при приобретении нового оборудования, техники и т.п., необходимых для осуществления инновационной деятельности. Фонд развития производства, как другие фонды специального назначения, образуется за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия. Порядок формирования этого фонда, нормы отчисления самостоятельно устанавливаются предприятием.

Финансирование инновационной деятельности за счет средств инвесторов реализуется в следующих формах:

- кредитные инвестиции;
- инвестиции в ценные бумаги (акции, облигации, векселя), эмитируемые субъектами инновационной деятельности;
- прямые вложения в денежной форме, в виде ценных бумаг, основных фондов, промышленной и интеллектуальной собственности и прав на них, осуществляемые на основе заключения партнерских соглашений о совместном ведении инновационной деятельности;
- путем использования лизинга и иных способов привлечения инвестиций [3, 4].

Венчурный (рисковый) капитал - это деньги, помещаемые в новое предприятие в форме долговых обязательств или обыкновенных акций. Такой капитал не регистрируется несколько лет, так как долговые обязательства (обыкновенные акции) не могут быть проданы, пока их выпуск не зарегистрирован, т.е. несколько лет они не обладают ликвидностью. Таким образом, венчурные инвестиции - это рискованный капитал, направляемый в развитие быстрорастущих фирм, возникающих в процессе реализации коммерчески перспективного предпринимательского проекта. Венчурный капитал не имеет гарантий получения дохода в виде фиксированного процента, а также в форме залога либо гарантий его возврата инвестору.

Следует заметить, что венчурный бизнес является основной формой технологических нововведений. Этот вид предпринимательства характерен для коммерциализации результатов научных исследований в наукоемких, и в первую очередь, в высокотехнологичных областях, где перспективы не гарантированы и имеется значительная доля риска [5, 6].

Венчурное финансирование осуществляется в двух основных формах:

- путем приобретения акций новых фирм;
- посредством предоставления кредита различного вида, обычно с правом конверсии в акции. В отличие от других форм инвестирования венчурный бизнес отличается тем, что финансовые средства вкладываются в венчурный бизнес без материального обеспечения и без гарантии; обязательное доленое участие инвестора в уставном капитале фирмы, то есть рискованный капитал выступает как паевой взнос; средства предоставляются на длительный срок и на безвозвратной основе.

Венчурный капитал, как правило, предоставляется на долговременный период - на 5-7 лет, а в современной компьютерной сфере - и при реализации краткосрочных проектов - на 1-2 года. Для современных компаний венчурное инвестирование проще и дешевле, чем вы-

ход с заимствованием на иностранные фондовые рынки, эмиссия собственных ценных бумаг, получение кредита.

Важную роль в создании инновационного климата в нашей стране играют инвестиционные фонды, которые основаны на смешанной форме финансирования. Инвестиционные фонды формируются за счет средств организаций и предприятий, осуществляющих инвестиционную деятельность, средств банков, страховых компаний и иных финансовых институтов. В создании и деятельности инвестиционных фондов могут принимать участие заинтересованные государственные органы и государственные внебюджетные фонды.

Основной целью инвестиционных фондов обычно является концентрация средств на приоритетных направлениях инновационной деятельности для финансовой поддержки перспективных инноваций. Как правило, инвестиционные фонды предоставляют прошедшим независимую экспертизу и конкурсный отбор инновационным проектам финансовые средства на возвратной или безвозвратной основе. Кроме этого, инвестиционные фонды часто выполняют функции поручителей и гарантов по обязательствам инновационных предприятий. При финансировании инвестиционных проектов, реализация которых связана с высоким уровнем финансового риска и неопределенностью коммерческого результата, инновационные предприятия могут использовать различные формы кооперации, включая создание венчурных фондов, а также заключение партнерских соглашений на всех стадиях разработки, освоения и внедрения инноваций [7].

Иностранные инвестиции в технологические проекты в России включают в себя международные венчурные фонды, международные инвестиционные организации, иностранные компании венчурного капитала, иностранные инвестиционные фонды, иностранные некоммерческие организации, иностранные неформальные инвесторы (которые инвестируют свои личные финансовые ресурсы в новые и растущие малые фирмы).

В связи со значительным уровнем неопределенности и риска, присущим инновационной деятельности, следует выделить следующие основные принципы системы финансирования инноваций:

- целесообразность финансирования;
- четкая целевая ориентация финансирования, которая обеспечивает эффективность внедрения инноваций;
- обоснованность и юридическая защищенность применяемых методов финансирования;
- множественность источников финансирования;
- принцип инновационной экономики.

Таким образом, экономика Российской Федерации, на современном этапе, требует совершенствования инновационной деятельности с целью практической реализации результатов интеллектуальной деятельности для организации производства конкурентоспособных товаров и услуг. Для решения указанной проблемы необходимо создавать условия для развития инвестиционного климата и привлечения частного капитала.

Литература:

1. Трусевич Е.В., Трусевич А.В., Шуманский Э.К. Совершенствование научно-технической сферы как элемента стратегии экономического развития Иркутской области // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития: сборник материалов XXIII Международной научно-практической конференции / Под общ. ред. С.С. Чернова. - Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2015. С. 76-80.

2. Экономика инноваций : курс лекций / Н.П. Иващенко, А.А. Энговатова, М.С. Шахова и др. ; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Экономический факультет, Кафедра экономики инноваций ; под ред. Н.П. Иващенко. - М. : Макс Пресс, 2014. - 351 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-317-04845-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276546 (07.04.2017).

3. Проблемы улучшения финансовой деятельности коммерческой организации / М.И. Че-

рутова., О.В. Черутова // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – Братск: Изд-во: Братский государственный университет, 2007. – С. 147-150; То же. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://elibrary.ru/download/elibrary_21482642_51712014.pdf (07.04.2017)

4. Трусевич Е.В., Шуманский Э.К., Трусевич А.В. Развитие инновационной инфраструктуры Иркутской области // Стратегия устойчивого развития регионов России: Сборник материалов XXVIII Всероссийской научно-практической конференции // Под общ. ред. С.С. Чернова. - Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2015. С. 40-43.

5. Гончарова Н.А. Трусевич Е.В., Огнев Д.В. Походы к построению комбинированной модели управления инновациями в малом и среднем бизнесе // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2013. № 11 (82). С. 322-327.

6. Трусевич Е.В., Абрамова А.С., Трусевич А.В. Основные проблемы ведения инновационной деятельности на предприятиях // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования: сборник материалов III Международной научно-практической конференции // Под общ. ред. С.С. Чернова.- Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2014. С. 51-54.

7. Черутова М.И. Проблемы построения концептуальных основ финансового менеджмента // Проблемы социально-экономического развития Сибири: науч. журнал. 2010., № 1. с.34-40.

УДК 338.48

Исследование проблем разработки бизнес-плана в современных условиях

О.А. Чикишева¹, Л.Ч. Исмаилова²

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

¹ol-70@mail.ru, ²Lolka1994.1993@mail.ru

Ключевые слова: бизнес-план, предприятие, конкуренция, основные проблемы, рынок.

В статье раскрывается понятие бизнес-плана, его сущность, виды и функции. Обосновывается целесообразность исследования проблем разработки бизнес-плана и рассматриваются варианты, способствующие устранению выявленных проблем.

Бизнес - план – это, прежде всего, программа, которая содержит в себе информацию о фирме, продукции, ее производстве, условиях сбыта, маркетинге, организации бизнес - операций и их результативности. Целью разработки бизнес - плана является определение конечного итога конкретной бизнес - идеи, планируемой к реализации в организации, за определенный период времени и при конкретных ресурсных затратах [1, стр.8].

В современных условиях рынок насыщен разнообразными товарами (работами, услугами), предлагаемыми различными коммерческими организациями. Уровень развития конкуренции оценивается как высокий и с каждым годом имеет тенденцию роста. Таким образом, чтобы продукция предприятия была конкурентоспособной, само предприятие более эффективно осуществляло свою деятельность, необходимо прорабатывать идеи создания новой продукции, расширения бизнеса путем детального планирования, а к разработке бизнес - планов следует подходить очень тщательно. Однако практика показывает, что при их разработке допускаются ошибки, которые отрицательно сказываются как на результатах реализации бизнес - идеи, так и на состоянии предприятия в целом. Это и свидетельствует об актуальности выбранной темы.

Целью исследования является выявление проблем в области разработки бизнес - плана в современных условиях, а так же поиск способов их решения. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- дать определение бизнес - плана, определить его сущность;
- рассмотреть виды и функции бизнес - плана;
- выявить проблемы разработки бизнес - плана;
- определить возможные варианты решения данных проблем.

Бизнес - план является очень трудоемким документом, для создания которого необходимо приложить немало усилий. При этом очень важно «выходить» на рынки с надежным, тщательно проработанным бизнес - планом, так как в современных условиях хозяйствования коммерческие риски оцениваются как довольно высокие. Практика показывает, что не всегда удается реализовать проект в строгом соответствии с бизнес – планом. Причина этого - допущение при разработке плановых документов ряда ошибок, которые могут привести к неэффективной деятельности фирмы и краху бизнес - идеи.

По мнению Черутовой О.В. и Левченко Т.М. бизнес-план – это постоянный документ, который систематически обновляется, а также в него вносятся коррективы, которые связаны с изменениями, происходящими как внутри фирмы, так и на рынке, где функционирует организация [2, стр.125].

Таким образом, под бизнес - планом понимается объективная оценка потенциальной деятельности предприятия, а также бизнес-план следует рассматривать как наиболее важный инструмент решений в сфере проектных инвестиций.

Следует выделить следующие виды бизнес – плана:

- коммерческой идеи или инвестиционного проекта – данный вид плана предлагается инвесторам. Он содержит в себе описание результатов маркетинговых исследований, обоснование стратегии завоевания рынка и размер необходимых финансовых вложений;

- компании (группы) – содержит в себе описание роста предприятия в течение планового периода. В данном бизнес - плане обозначаются основные бюджетные и хозяйственные показатели, способствующие обоснованию финансовых вложений и прочих использованных ресурсов;

- структурного подразделения – данный план разрабатывается для высшего руководства организации, который включает в себя описание развития оперативной деятельности структурного подразделения. Он аргументирует рациональность применения ресурсов, влияние на увеличение выручки и прибыли в целом.

Различают основные функции бизнес - плана такие как:

- 1) создание возможности использовать бизнес - план для стратегического формирования бизнеса. Эта функция играет важную роль в период основания бизнеса и при изменении основных областей деятельности. Именно данная функция бизнес - плана способствует оценить результативность и качество правильности и необходимости выбранной стратегии;

- 2) само планирование – данная функция позволяет контролировать исполнение и оценивать экономическую составляющую определенного вида деятельности;

- 3) займы и кредитование. Для того чтобы оформить кредит в банке предприятие должно предоставить не только гарантии и определенный залог, но и предоставить четко проработанную идею и политику бизнеса. Это помогает организации обезопасить себя от появившихся задолженностей. И только поэтому точно разработанный бизнес - план является основой для привлечения финансирования предприятия;

- 4) реклама и пропаганда. Данная функция очень важна для того, чтобы как можно больше инвесторов и партнеров заинтересовать в инвестировании в проект, предлагаемый организациями. Именно тщательно разработанным бизнес - планом можно убедить потенциальных инвесторов и подрядчиков в том, что ваш бизнес довольно прочный и серьезный, который имеет реальный фундамент для дальнейшего развития. Таким образом, они оценят перспективность будущего проекта [3].

Как уже отмечалось, в современных условиях при разработке и реализации бизнес - плана организации сталкиваются с различными проблемами, которые следует решать оперативно, чтобы минимизировать негативные последствия неудачной реализации бизнес - идеи для дальнейшего существования фирмы и развития деятельности.

В ходе проведенного исследования выявились наиболее типичные проблемы, с которыми может столкнуться любая организация в процессе бизнес - планирования.

По мнению Ходорович О.В. – участницы седьмой междунар. студен. научной электрон. конференции одной из проблем разработки рассматриваемого планового документа является то, что обычно большинство предпринимателей составляют бизнес - план на год, так как считают, что дальнейшую перспективу невозможно определить. Это говорит в первую очередь о том, что предприниматель тем самым ограничивает свою дальнейшую перспективу видения, тем более что во всех сферах существуют практические наработки долгосрочного планирования даже в условиях нестабильной экономики. Ходорович О.В. считает, что как минимум бизнес - план должен составляться на срок не менее чем на 5 лет [4, стр.2]. В современном мире очень важно иметь долгосрочную перспективу планирования. Однако следует заметить, что разрабатывая бизнес - план на долгосрочную перспективу, необходимо учитывать все возможные изменения, как в организации, так и в экономике в целом. В первую очередь следует учитывать изменения курса валют, возможные изменения конъюнктуры рынка, а также изменения в соотношении спроса и предложения.

Следующей проблемой при разработке бизнес - плана является то, что многие организации не имеют объективной информации о конкурентоспособности своей продукции и стратегии развития организации в целом, а также о состоянии конкурентной среды.

Специалисты отмечают, что одной из проблем российских предприятий является их инертность в решении вопросов о снятии с производства продукции даже в том случае, если эта продукция уже не является конкурентоспособной. Решением такой проблемы является тщательное изучение состояния и объема рынка, состава и потенциальной силы конкурентов, вкусов и запросов потребителей. Проведение такого исследования – очень сложный и трудоемкий процесс, который специалисты предприятия чаще всего качественно выполнить не могут. Поэтому рекомендуем разработчикам бизнес-планов, являющимся внутренними специалистами организации, в решении данного вопроса прибегать к услугам профессиональных разработчиков бизнес - плана, обращаться к консультантам в сфере бизнес - планирования, которые более точно определяют место фирмы и ее будущей продукции на рынке и составляют грамотный прогноз объема продаж.

Еще одной из главных проблем, которую выделяет Владимир Денисов – специалист в области разработки и реализации бизнес-планов, является то, что разработчики бизнес - планов на предприятиях занижают сметные расходы на реализацию проекта. Желание сэкономить приводит к тому, что они закладывают в смету минимальные расходы. Таким образом, на практике расходы оказываются намного больше, чем прогнозные [5]. Решить эту проблему довольно сложно. Во избежание расхождения запланированных и фактических затрат можно только посоветовать более разумно подходить к составлению сметы расходов и более подробно проводить экономические расчеты.

Далее, на официальном сайте специалистов по разработке бизнес-планов отмечалось, что еще одной проблемой разработки бизнес - плана является то, что у его разработчиков отсутствует понимание цели бизнес - плана, а также основных процессов бизнес - планирования [6]. Это означает, что разработчики бизнес-планов на предприятиях не имеют достаточного уровня теоретической подготовки и практических навыков в области бизнес - планирования. Решение данной проблемы лежит в области образовательной, просветительской и ознакомительной работы среди предпринимателей по основным принципам ведения бизнеса, составление детального технического поручения на бизнес-планирование.

Выявленные в ходе исследования проблемы, возникающие при разработке бизнес - плана и пути их решения сведены в таблицу 1.

Таблица 1

Основные проблемы разработки бизнес - плана и пути их решения

Основные проблемы	Решение
Разработка бизнес - планов на краткосрочную перспективу (на 1 год)	– разработка бизнес - плана на срок не менее чем на 5 лет с учетом всех возможных изменений
Отсутствие объективной информации о конкурентоспособности продукции, о конкурентной среде	– тщательное изучение рынка; – обращение за консультацией к специалистам по бизнес – планированию; – прибегать к услугам профессиональных разработчиков бизнес - планов
Занижение сметных расходов на реализацию проекта	– проведение тщательных и подробных экономических расчетов
Отсутствие у разработчиков понимания цели бизнес-плана и основных процессов бизнес - планирования	– образовательная, просветительская и ознакомительная работа среди предпринимателей по основным принципам ведения бизнеса и разработки бизнес-планов

Итак, делаем вывод, что бизнес - план является главным инструментом активизации деятельности организации для достижения максимального финансового результата. В современных условиях для того, чтобы обеспечить жизнеспособность бизнес - проектов организации нужно уметь реально оценивать свое экономическое состояние, состояние рынка, учитывать воздействие факторов внешней среды на возможность реализации проекта, проводить грамотные экономические расчеты, повышать квалификацию собственных специалистов в области бизнес – планирования.

Литература:

1. Максюттов А.А. Бизнес – планирование развития предприятия: учебное пособие / М: Изд. «Альфа – Пресс». 2014г. – 288 с.
2. Черутова О.В., Левченко Т.М. Сущность и назначение бизнес-плана / Труды Братского государственного университета, серия экономика и управление / Изд. Братский государственный университет, Братск, 2012г., с. 125-127; [Электронный ресурс]. - URL: http://elibrary.ru/download/elibrary_21585207_91569039.pdf
3. Журнал «Коммерческий директор» - профессиональный журнал коммерсанта / Бизнес - планирование: виды, структура и анализ, 2016г.; [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.kom-dir.ru/article/1061-biznes-planirovanie>
4. Ходорович О.В. Проблемы бизнес - планирования в практике российских предприятий, пути их решения: материалы Седьмой междунар. студен. науч. электр. конф. / Ростовский государственный экономический институт, Ростов-на-Дону, 2015г. – 5с. [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.scienceforum.ru>
5. Владимир Денисов – специалист в области разработки и реализации бизнес-планов, 14 февраля 2017г. [Электронный ресурс]. - URL: <http://hr-tv.ru/articles/author-opinion/biznes-plan-2-osnovnye-oshibki.html>
6. Специалисты в области разработки бизнес – планов // 10 проблем при составлении бизнес - планов и пути их решения / 17 января 2013 г. [Электронный ресурс]. - URL: <http://finansm.livejournal.com/5606.html>

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РАЗВИТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

УДК 330

Процессный подход к управлению организацией: проблемы применения

А.М. Патрусова¹, О.К. Слинкова²

ФГБОУ ВО «БрГУ», ул. Макаренко, 40, Братск, Россия

НИУ «БелГУ», ул. Студенческая, 14, г. Белгород, Россия

¹patrusova@mail.ru, ²slinkova@bsu.edu.ru

Ключевые слова: процесс, процессный подход, управление, организация, предприятие.

В статье представлен критический анализ применения процессного подхода в управлении организацией и обозначены основные проблемы и пути его применения.

Исследования в направлении применения процессного подхода в управлении организацией определяются, прежде всего, необходимостью разработки и использования его как эффективного инструмента управления предприятием. Известно, что для управления организацией применяются различные подходы: структурный, функциональный, процессный, системный и пр. Рассмотрим особенности применения процессного подхода.

Проблемам использования процессного подхода посвящено достаточно много работ ученых в области управления и организации производства различных отраслей экономики. Проведем анализ подобных работ с целью уточнения некоторых аспектов его применения в управлении предприятием.

Процессный подход заявлен в международных стандартах серии ИСО 9000, где дано определение термина «процесс»: «процесс – совокупность взаимосвязанных и (или) взаимодействующих видов деятельности, использующих входы для получения намеченного результата» [1]. Здесь же раскрыта сущность процессного подхода и представлены рекомендации по его применению в организации. Так, например, в стандарте ГОСТ Р ИСО 9001-2015 сказано, что систематическое определение и менеджмент процессов и их взаимодействие позволяют организации применить процессный подход к управлению организацией [2]. С одной стороны, данная серия стандартов не конкретизирует процессы на детальном уровне, что может рассматриваться как проблема применения процессного подхода, но с другой стороны появляется возможность вариативности разработки процессов, которая позволяет учитывать индивидуальность их организации на конкретном предприятии. Необходимость реализации определенных действий по внедрению процессного подхода к управлению организацией обуславливает актуальность разработки методологических аспектов процессного менеджмента. Ввиду очевидности того, что для реализации процессного подхода требуются организационные, трудовые, финансовые и другие ресурсы, также возникает вопрос не только результативности, но и эффективности применения процессного подхода как инструмента управления организацией. Рассмотрим мнения российских ученых о проблемах применения процессного подхода к управлению организациями.

Шевченко С.А., рассматривая процессный подход к управлению как эффективный способ развития хозяйственных организаций, раскрывает его преимущества и уточняет его альтернативность функциональному подходу в современных экономических условиях хозяйствования [3]. При этом наряду с недостатками функционального, отмечается широкий

спектр преимуществ процессного подхода, среди которых: снижение влияния человеческого фактора на результаты деятельности организации, снижение затрат за счет уточнения необходимых ресурсов, обеспечение прозрачности управления организацией и др. Наряду с разнообразием достоинств процессного подхода Шевченко С.А. не выявляет проблем его внедрения. Кроме того, аспекты эффективности развития хозяйствующих субъектов, применяющих процессный подход к управлению, остаются нераскрытыми.

Волков М.М. выделяет две группы проблем внедрения процессного подхода к управлению промышленными организациями: теоретико-методические и практические. Первая группа связана с «отсутствием системы определений, теоретической базы в полной мере раскрывающей сущность и реальные возможности процессного подхода к управлению российскими промышленными организациями, недостаточностью методических разработок перехода к процессному управлению, отсутствием внутренних стандартов на описание и регламентацию бизнес-процессов, методических разработок управления качеством на основе стандарта ISO 9000:2000» [3]. Вторая группа, по мнению Волкова М.М., связанная с проявлением проблем практического применения процессно-ориентированного управления, «обусловлена некорректной постановкой целей и задач проекта перехода к процессному управлению, неупорядоченностью деятельности, размытием зон ответственности, а также сопротивлением персонала организации изменениям и другими причинами» [4].

Соглашаясь с Волковым М.М., для снятия указанных групп проблем внедрения процессного подхода, можно порекомендовать организациям, внедряющим процессный подход, адаптировать общие требования к реализации процессного подхода, изложенные в стандарте ГОСТ Р ИСО 9001–2015. Этот стандарт раскрывает требования к разработке и внедрению системы менеджмента качества (СМК) организации путем реализации в ней процессного подхода. В данном стандарте можно увидеть следующие рекомендации внедрения процессного подхода к управлению: «Организация должна определять процессы, необходимые для системы менеджмента качества, и их применение в рамках организации, а также:

- a) определять требуемые входы и ожидаемые выходы этих процессов;
- b) определять последовательность и взаимодействие этих процессов;
- c) определять и применять критерии и методы (включая мониторинг, измерения и соответствующие показатели результатов деятельности), необходимые для обеспечения результативного функционирования этих процессов и управления ими;
- d) определять ресурсы, необходимые для этих процессов, и обеспечить их доступность;
- e) распределять обязанности, ответственность и полномочия в отношении этих процессов;
- f) учитывать риски и возможности в соответствии с требованиями подраздела 6.1;
- д) оценивать эти процессы и вносить любые изменения, необходимые для обеспечения того, что процессы достигают намеченных результатов;
- h) улучшать процессы и систему менеджмента качества» [2].

Очевидно, что данные рекомендации можно принять как некий алгоритм действий по внедрению процессного подхода к управлению организацией, который необходимо дополнить двумя начальными «шагами»: проведение обучения работников организации и разработка комплекса мероприятий по преодолению сопротивления введению изменений к управлению организацией.

В работе Воронова Г.А., Грошева А.Р. отмечаются три ключевых проблемных фактора реализации процессного подхода к управлению организацией: система организации труда (низкий уровень), персонал (недостаточная компетентность) и информация (неполная, несвоевременная). Авторы обозначили комплексное действие этих факторов, как возникающую неопределенность, и необходимость проведения дополнительных исследований, повышающих степень эффективности управления организацией с помощью процессного подхода [5]. Развивая тезис о необходимости исследования возникновения и устранения неопределенности, следует помнить о восьми известных принципах менеджмента качества, в числе которых: применение системного подхода к менеджменту, принятие решений на основе фак-

тов, вовлеченность работников. Соблюдение именно этих принципов, на наш взгляд, позволит своевременно выявлять условия возникновения неопределенности относительно представленных факторов, а также снизить риск их негативного проявления в управлении организацией.

Ряд проблем внедрения процессного подхода отмечают Чеснокова Е.В., Исупова О.А., после решения которых организация получает ряд преимуществ его применения: процессный характер менеджмента, упрощение обмена информацией между структурными подразделениями, представление деятельности организации в динамике, совершенствование управления предприятием и др. [6]. Необходимо заметить, что представленные преимущества касаются в основном процессов менеджмента, и вопрос определения эффективности использования нового инструмента управления остается открытым. Поэтому возникновение проблем в части построения процессной модели управления предприятием, может быть обусловлено недостаточной проработанностью подходов по определению экономического эффекта от предлагаемых новаций по внедрению процессного подхода.

Обзор работ по процессному управлению, а также изучение работ, посвященных прикладным аспектам использования процессного подхода к управлению организацией [7-18] позволил выявить проблемы применения этого инструмента управления организацией, которые можно представить в виде трех групп: методические, организационные и экономические.

К методическим проблемам рекомендуется отнести отсутствие алгоритма применения процессного подхода, состоящего из конкретной последовательности действий. Разработка данного алгоритма позволит учесть особенности функционирования конкретной организации.

К организационным проблемам применения процессного подхода, возникающим на любом этапе внедрения процессного менеджмента, относятся вопросы преодоления возникающего сопротивления к введению подобных изменений по причине неприятия работниками организации чего-то нового и, на первый взгляд, сложного. Также сюда следует отнести риск непонимания подобных инноваций непосредственно руководителями структурных подразделений.

Экономические проблемы проявляются в необходимости выявления экономического и социального эффекта от внедрения процессного подхода. По-прежнему остаются открытыми основные вопросы. Сколько стоит переход организации на процессное управление? Какова доля издержек на этот проект? Сколько времени займет переходный период? Когда и в каком объеме предприятие получит эффект от процессного управления?

Поиск решения обозначенных проблем ставит перед исследователями задачи дополнительной проработки стандартов серии ИСО 9000 на предмет реализации процессного подхода, разработки программ сопровождения персонала в ходе внедрения процессного менеджмента, экономического обоснования проектов по реализации процессного подхода в организации и др.

Литература:

1. ГОСТ Р ИСО 9000-2015. Национальный стандарт Российской Федерации. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь (утв. Приказом Росстандарта от 28.09.2015 N 1390-ст). [Электронный ресурс]//Справочно-правовая система Консультант-Плюс: версия ПРОФ.- Режим доступа: <http://library.brstu.ru>. - Загл. с экрана.
2. ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Национальный стандарт Российской Федерации. Системы менеджмента качества. Требования (утв. Приказом Росстандарта от 28.09.2015 N 1391-ст) (вместе с «Разъяснением новой структуры, терминологии и понятий», «Другими международными стандартами в области менеджмента качества и на системы менеджмента качества, разработанными ИСО/ТК 176»). [Электронный ресурс]//Справочно-правовая система КонсультантПлюс: версия ПРОФ.- Режим доступа: <http://library.brstu.ru>. - Загл. с экрана.

3. Шевченко С.А. Процессный подход к управлению как эффективный способ развития хозяйственных организаций//Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2012. № 1. С. 108-111.
4. Волков М.М. Процессный подход к управлению промышленными организациями и проблемы его внедрения в РФ//Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2010. № 8. С. 110-113.
5. Воронов Г.А., Грошев А.Р. Процессный подход в управлении организациями в условиях неопределенности//Современные проблемы науки и образования. 2012. № 3. С. 271.
6. Чеснокова Е.В., Исупова О.А. Процессный подход к управлению организацией: проблемы становления и преимущества при внедрении//Социогуманитарный вестник. 2012. № 2 (9). С. 34-39.
7. Сыгодина М.В. Решение прикладных задач производственного менеджмента с применением инновационных проектов//Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2013. Т. 1. С. 284-287.
8. Сыгодина М.В., Планкова Ю.В. Особенности менеджмента образовательной организации в современных условиях//В сборнике: Ценности и интересы современного общества материалы Международной научно-практической конференции. 2013. С. 195-198.
9. Вахрушева М.Ю. Особенности нового подхода PLM//Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2009. Т. 1. С. 114-116.
10. Вахрушева М.Ю. IT-проблемы при внедрении PLM//Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2010. Т. 2. С. 91-93.
11. Маленкова И.Н., Харитонов П.В. Теоретические и прикладные аспекты формирования качества рабочей силы//В сборнике: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА: АНАЛИЗ, ДИАГНОСТИКА И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ Материалы V Международной студенческой научно-практической конференции. Нижегородский филиал МИИТ; редактор: Н.В. Пшениснов. 2015. С. 65-67.
12. Седунова А.С., Харитонов П.В. Аудит в системе управления человеческим капиталом//В сборнике: НАУКА И ИННОВАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. С. 60-63.
13. Геращенко Л.А. Использование познавательных барьеров в обучении студентов в вузе: дисс.. канд. пед. наук. -Братск, 2011.
14. Боярчук Н.Я., Косякова В.В. Роль данных системы бухгалтерского учета в информационном обеспечении управления предприятием. В книге: PERSPECTIVE ECONOMIC AND MANAGEMENT ISSUES Collection of scientific articles. Scientific journal «ECONOMICS AND FINANCE», «East West» Association For Advanced Studies and Higher Education. 2015. С. 343-348.
15. Косякова В.В., Боярчук Н.Я., Васильева С.А. Критерии и показатели конкурентоспособности розничного торгового предприятия//В сборнике: Ценности и интересы современного общества Материалы Международной научно-практической конференции. 2013. С. 114-118.
16. Цветкова Д.Г., Слепенко Е.Д. Особенности разработки и внедрения системы менеджмента качества на предприятиях малого бизнеса//В сборнике: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА: АНАЛИЗ, ДИАГНОСТИКА И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ материалы VI Международной студенческой научно-практической конференции. 2016. С. 145-146.
17. Гиниятуллина Е. З., Стремиллова А. В. К вопросу о правовом регулировании общественных отношений в сфере информационных технологий//Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2016. № 1. С. 133-139.
18. Горбунова О.Н., Шестакова Ю.В. Проблемы развития IT-технологий в банковском секторе России в условиях санкций//Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2015. № 4. С. 238-244.

УДК 00 1082

Значимость и применение экспертных систем в различных сферах промышленности

Л.А. Геращенко

Братский государственный университет, ул Макаренко 40, Братск, Россия
Gerashsenko@mail.ru

Ключевые слова: экспертные системы, нейрон, нейросетевые технологии, искусственные нейроны, искусственная нейронная сеть.

Рассматривается значимость экспертных систем. Возможности использования искусственного интеллекта в современном мире. Значимость области искусственного интеллекта в различных сферах деятельности. Рассматриваются применения экспертных систем (ЭС) в сфере кредитования. Система сама в состоянии по имеющимся фактам принять то или иное решение, которое нужно получить в итоге проведения оценки хозяйствующего субъекта, возможно, с некоторыми рекомендациями по поводу дальнейших действий управляющими предприятием. Области применения нейронных сетей.

В XXI веке степень компьютеризации стремительно растёт, вследствие чего компьютер становится главным источником информации. На данный момент невозможно представить успешное предприятие, которое бы функционировало бы без использования современного программного обеспечения (ПО).

На сегодняшний день развитие такой области информатики, как системы, применяющие при своей работе принципы искусственного интеллекта, является очень актуальным направлением. Данный вид систем применяется во многих сферах повседневной жизни: в экономике, медицине, информационных технологиях и многом другом.

Одновременно с развитием теоретических подходов для создания адекватных моделей поведения рынка, в западных странах и США происходило активное внедрение новых интеллектуальных компьютерных технологий в практику принятия финансовых и инвестиционных решений: вначале в виде экспертных систем и баз знаний, а затем с конца 80-х – нейросетевых технологий.

Данное направление в настоящее время очень активно развивается, причём тем, кто в нём работает, постоянно приходится сталкиваться с трудно формализуемыми слабоструктурированными задачами. Для того чтобы данные задачи можно было решить, весьма успешно можно применять экспертные системы.

Рассматривая применение ЭС в сфере кредитования, можно сказать, что система сама в состоянии по имеющимся фактам принять то или иное решение, которое нужно получить в итоге проведения оценки хозяйствующего субъекта, возможно, с некоторыми рекомендациями по поводу дальнейших действий управляющими предприятием. Кроме того, экспертная система способна при наличии необходимых фактов принять решение быстро и точно, что часто необходимо при оценке кредитоспособности предприятия. Сама по себе возможность замены многократного вызова эксперта инсталлированной один раз на компьютер экспертной системой позволяет значительно сократить затраты предприятия на проведение подобного рода мероприятий. Развитие искусственных нейронных сетей вдохновляется биологией. То есть, рассматривая сетевые конфигурации и алгоритмы, исследователи делают это, используя термины характерные для описания организации мозговой деятельности. Но на этом аналогия, пожалуй, заканчивается. Наши знания о работе мозга столь ограничены, что мало бы нашлось ориентиров для тех, кто стал бы ему подражать. Поэтому разработчикам сетей приходится выходить за пределы современных биологических знаний в поисках структур, способных выполнять полезные функции[1].

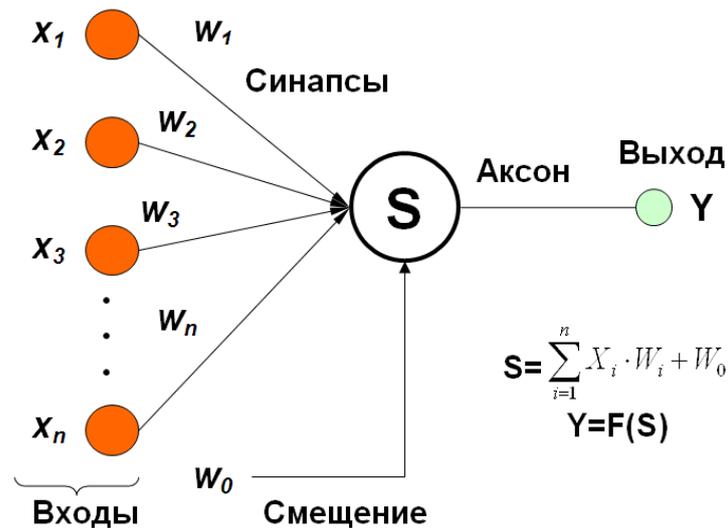


Рис. 1. Структура искусственного нейрона

В модели нейрона, представленной на рисунке 1, можно выделить три основных элемента:

- синапсы, каждый из которых характеризуется своим весом или силой. Они осуществляют связь между нейронами, умножают входной сигнал x_i на весовой коэффициент синапса w_i , характеризующий силу синаптической связи;

- сумматор, аналог тела клетки нейрона. Выполняет сложение внешних входных сигналов или сигналов, поступающих по синаптическим связям от других нейронов. Определяет уровень возбуждения нейрона;

- функция активации Y , определяет окончательный выходной уровень нейрона, с которым сигнал возбуждения (торможения) поступает на синапсы следующих нейронов.

Искусственные нейроны (в дальнейшем нейроны) объединяются между собой определенным образом, образуя искусственную нейронную сеть. Каждый нейрон характеризуется своим текущим состоянием по аналогии с нервными клетками головного мозга, которые могут быть возбуждены или заторможены. Он обладает группой синапсов – однонаправленных входных связей, соединенных с выходами других нейронов, а также имеет аксон – выходную связь данного нейрона, с которой сигнал поступает на синапсы следующих нейронов.

Каждый синапс характеризуется величиной синаптической связи или ее весом w_i , который является эквивалентом электрической проводимости биологических нейронов.

Текущее состояние нейрона определяется, как взвешенная сумма его входов:

$$S = \sum_{i=1}^n x_i \times w_i + w_0,$$

где w_0 — коэффициент смещения нейрона (вес единичного входа).

Выход нейрона есть функция его состояния:

$$Y = F(S)$$

Искусственная нейронная сеть (ИНС, нейронная сеть) – это набор нейронов, соединенных между собой. Как правило, передаточные функции всех нейронов в нейронной сети фиксированы, а веса являются параметрами нейронной сети и могут изменяться. Подавая любые числа на входы нейронной сети, получаем какой-то набор чисел на выходах нейронной сети. Таким образом, работа нейронной сети состоит в преобразовании входного вектора в выходной вектор, причем это преобразование задается весами нейронной сети [3]. Структура нейронной сети отражена на рисунке 2.

Каждый нейрон выполняет небольшой объем работ, например, как говорилось ранее, он суммирует пришедшие на него сигналы с некоторыми весовыми коэффициентами и затем

дополнительно нелинейно преобразует эту взвешенную сумму входных данных.

Другим распространённым вариантом является нейрон-детектор, выдающий высокий выходной сигнал при малых отличиях своих входных сигналов от некоторого запомненного эталона, и низкий выходной сигнал при существенных отличиях.

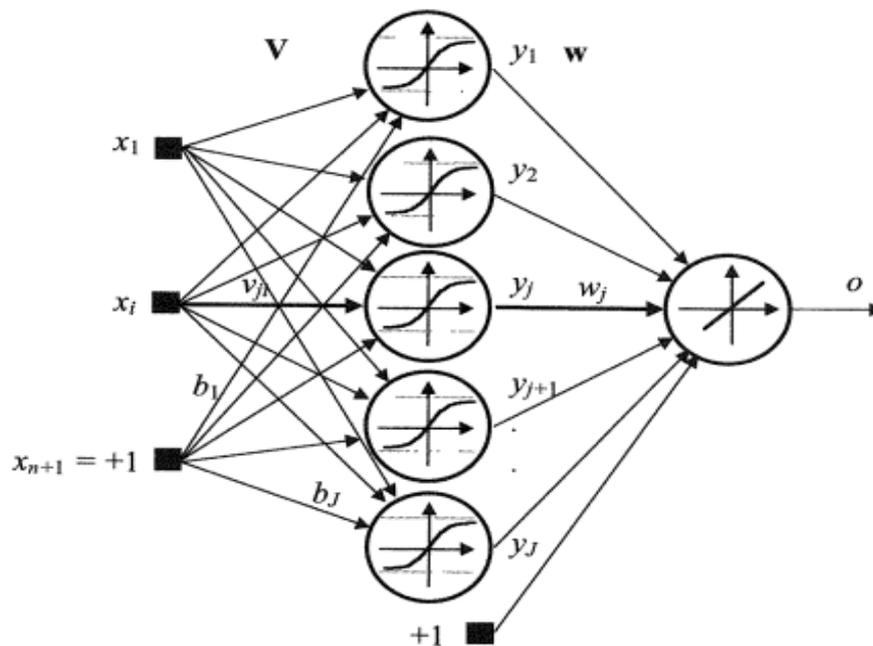


Рис. 2. Структура нейронной сети

ИНС, как и её биологический прототип, может обучаться: она содержит внутренние адаптивные параметры нейронов и своей структуры, и, меняя их, может менять свое поведение, добиваясь улучшения точности решения некоторой задачи [4].

Таким образом, ИНС не программируются, а обучаются. При переходе к очередной задаче анализа данных не нужно программировать какой-то новый алгоритм – можно просто взять универсальный нейросетевой инструмент и в нём создать и обучить новую нейросеть (у которой структура, размеры и прочие особенности будут соответствовать этой новой задаче).

Сегодня искусственные нейронные сети используются во многих областях, но прежде чем их можно будет применять там, где на карту поставлены человеческие жизни или значительные материальные ресурсы, должны быть решены важные вопросы, касающиеся надежности их работы [6]. Поэтому уровень допустимых ошибок следует определять исходя из природы самой задачи. Некоторые проблемы с анализом вопросов надежности возникают из-за допущения полной безошибочности компьютеров, тогда как искусственные нейронные сети могут быть неточны даже при их правильном функционировании. На самом же деле компьютеры, как и люди, тоже могут ошибаться. Первые – в силу различных технических проблем или ошибок в программах, вторые – из-за невнимательности, усталости или непрофессионализма. Следовательно, для особо критических задач необходимо, чтобы эти системы дублировали и страховали друг друга. А это значит, при решении таких задач нейронные сети должны выступать не в качестве единственных средств, а в качестве дополнительных, предупреждающих особые ситуации или берущих на себя управление, когда проблема не решается стандартным образом и какие-либо задержки могут привести к катастрофе.

Другая трудность использования нейронных сетей состоит в том, что традиционные нейронные сети неспособны объяснить, каким образом они решают задачу. Внутреннее представление результатов обучения зачастую настолько сложно, что его невозможно проанализировать, за исключением некоторых простейших случаев, обычно не представляющих интереса.

Области применения нейронных сетей весьма разнообразны. Выделим области, в которых могут успешно применяться нейросетевые технологии:

- экономика и бизнес: прогнозирование временных рядов (курсов валют, цен на сырьё, объемов продаж), автоматический трейдинг (торговля на валютной, фондовой или товарной бирже), оценка рисков невозврата кредитов, предсказание банкротств, оценка стоимости недвижимости, выявление переоцененных и недооцененных компаний, рейтингование, оптимизация товарных и денежных потоков, считывание и распознавание чеков и документов, безопасность транзакций по пластиковым картам. Например, Chemical Bank применяет нейросетевую систему фирмы Neural Data для предварительной обработки транзакций на валютных биржах ряда стран, отслеживая подозрительные сделки. ИСН обучались типичному поведению клиентов и могли обнаруживать резкое изменение характера покупок, сигнализирующее о возможной краже;

- медицина: постановка диагноза больному, обработка медицинских изображений, мониторинг состояния пациента, анализ эффективности лечения, очистка показаний приборов от шумов;

- авионика: обучаемые автопилоты, адаптивное пилотирование сильно поврежденного самолета, беспилотные летательные аппараты;

- связь: сжатие видеoinформации, быстрое кодирование-декодирование, оптимизация сотовых сетей и схем маршрутизации пакетов;

- робототехника: распознавание сцены, объектов и препятствий перед роботом, прокладка маршрута движения, управление манипуляторами, поддержание равновесия;

- интернет: ассоциативный поиск информации, электронные секретари и автономные агенты в интернете, фильтрация и блокировка спама, автоматическая рубрикация сообщений из новостных лент, персонализированная реклама и маркетинг для электронной торговли, распознавание captcha;

- автоматизация производства: оптимизация режимов производственного процесса, контроль качества продукции, мониторинг и визуализация многомерной диспетчерской информации, предупреждение аварийных ситуаций;

- политологические и социологические технологии: предсказание результатов выборов, анализ опросов, предсказание динамики рейтингов, выявление значимых факторов, кластеризация, исследование и визуализация социальной динамики населения;

- безопасность и охранные системы: распознавание лиц; идентификация личности по отпечаткам пальцев, голосу, подписи или лицу; распознавание автомобильных номеров, анализ аэрокосмических снимков, мониторинг информационных потоков в компьютерной сети и обнаружение вторжений, обнаружение подделок, анализ данных с видеодатчиков и разнообразных сенсоров;

- ввод и обработка информации: распознавание рукописных текстов, отсканированных почтовых, платежных и финансовых документов;

- геологоразведка: анализ сейсмических данных, ассоциативные методики поиска полезных ископаемых, оценка ресурсов месторождений.

Нейросетевые технологии предназначены для воспроизведения неосознанных мыслительных усилий человека. Такого рода технологии используются для распознавания каких-либо событий или предметов. С их помощью можно воспроизвести многочисленные связи между множеством объектов. Системы на нейросетевых технологиях сами настраиваются, т.е. обучаются тому, что требуется пользователю.

Литература:

1. Основы искусственных нейронных сетей. URL: <http://www.ai2002.narod.ru/Bases.htm> (дата обращения: 24.03.2017)
2. Искусственный нейрон. Структура искусственного нейрона. URL: <http://neuronus.com/nn/38-theory/151-iskusstvennyj-nejron.html> (дата обращения: 24.03.2017)
3. Аналитические технологии для прогнозирования и анализа данных. URL: <http://www.neuroproject.ru/neuro.php> (дата обращения: 24.03.2017)

4. Базовые идеи, лежащие в основе искусственных нейронных сетей. URL: <http://neuropro.ru/neu1.shtml> (дата обращения: 04.03.2017)
5. Искусственная нейронная сеть. URL: ru.wikipedia.org/wiki/Искусственная_нейронная_сеть
6. Нейронные сети: на пороге будущего. URL: <http://compress.ru/article.aspx?id=9663> (дата обращения: 14.03.2017)
7. Воронов В.К., Л. А. Герашенко Познавательные барьеры в обучении студентов высших учебных заведений, методика их выявления и нивелирования//Научное обозрение. Педагогические науки: журнал научных обзоров, литературных обзоров диссертаций, статьи проблемного и научно-практического характера по педагогическим наукам: Москва, №2, 2016. С. 30-42.

УДК: 331 (075.8)

Основные подходы к оценке эффективности управления организационной культурой

Е.Г. Грудистова

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия
diplombgu@mail.ru

Ключевые слова: свойства организационной культуры, ценности, структура культуры, функции культуры, показатели эффективности организационной культуры.

В современных условиях вопросам организационной культуры, повышения уровня ее развития, возможности организационной культуры влиять на результаты деятельности организаций уделяется большое внимание. Множество исследований посвящено поиску способов диагностики организационной культуры и оценке ее эффективности. Это предопределено ключевой ролью, которую играет организационная культура в обеспечении возможностей для долгосрочного функционирования организаций как в стабильных условиях, так и в условиях рыночной, экономической и социальной неопределенности. Между тем, несмотря на высокий интерес к организационной культуре, она остается не полностью изученным явлением. В частности, в настоящее время нет единого, признанного всеми, метода определения ее эффективности. В этой связи в статье представлены характеристика сущности организационной культуры и имеющиеся подходы к оценке эффективности культуры организации, а также показатели, по которым может оцениваться эффективность управления организационной культурой.

Вопросам организационной культуры, ее эффективности и возможности использовать в качестве средства обеспечения эффективности функционирования организации в современных условиях уделяется большое внимание – как в теоретическом плане, так и в практических аспектах. Это связано, на наш взгляд, с одной стороны, с ограниченностью других ресурсов, которыми располагает организация и которые она имеет возможность использовать в качестве средства повышения эффективности, конкурентоспособности, инновационности, устойчивости на рынке и т.д., а с другой стороны – с неограниченными возможностями, предоставляемыми организации самой организационной культурой.

Концепция организационной культуры, основные положения которой были сформулированы еще в последней трети 20-го века американскими учеными Т. Дилом и А. Кеннеди, устойчиво ассоциируется с работой японских компаний, которые сумели добиться небывалых успехов вследствие использования особых инструментов управления, к которым можно отнести и организационную культуру. При этом интерес к организационной культуре неуклонно возрастает из-за того, что в практике управления организацией и персоналом постоянно воспроизводятся ситуации, так или иначе связанные с культурой и культурными

ценностями. А это предопределяет необходимость поиска ответов на все новые и новые вопросы, связанные с возможностями использования организационной культуры как метода управления организацией. При этом одним из базовых вопросов продолжает оставаться вопрос о сущности организационной культуры.

Мы считаем, что организационная культура есть специфический продукт жизнедеятельности и развития организации, проявляющийся в системе разделяемых большинством членов организации ценностей, формирующийся под воздействием факторов внутренней и внешней среды организации как стихийно, так и благодаря целенаправленным управленческим действиям по привитию персоналу единых культурных стереотипов поведения.

Организационная культура представляет собой сложное системное образование, поскольку ей присущи все свойства социальной системы:

- целостность, т.е. несводимость свойств организационной культуры к простой сумме свойств отдельных ее элементов;

- структурность, т.е. наличие определенной иерархии в расположении элементов организационной культуры. Основным структурным элементом организационной культуры выступают ценности, о которых стоит поговорить отдельно;

- автономность. Формирование и развитие организационной культуры происходит в соответствии не только с общими законами существования социальных систем, но и в соответствии со своими собственными законами, характеризующими возможности формирования организационной культуры как уникального социального феномена, а также в соответствии с положениями и установлениями, присущими только данной организации;

- уникальность, т.е. неповторимость каждой организационной культуры и неповторимость ее элементов. Благодаря этой уникальности и появляется возможность узнавать или даже чувствовать каждую организацию;

- адаптивность, т.е. способность организационной культуры как социальной системы подстраиваться под особенности внешней среды и меняться при изменениях во внешней среде, хотя и не так быстро;

- динамичность. Организационная культура, как и все социальные системы, находится в состоянии постоянного развития (изменения), которое происходит параллельно с развитием организации или при происходящих в ней изменениях;

- неоднородность. Внутри организационно культуры может существовать ряд локальных культур, связанных с наличием разных групп в организации, выражающих различающиеся (незначительно или абсолютно) ценности. Такие локальные культуры называют субкультурами.

Организационная культура является частью культуры общества и имеет две основные составляющие (рисунок 1).



Рис.1. Структура организационной культуры

Для детального изучения ценностей используют различные классификации. Наиболее подходящей для целей управления организацией, на наш взгляд, является классификация Г. Гоштаутаса, А.А. Семенова и В.Я. Ядова [5], которые выделяют две группы ценностей:

а) терминальные, т.е. ценности, относящиеся к целям. К данным ценностям авторы указанной классификации относят активную, деятельную жизнь; здоровье; интересную работу; любовь; материальное благосостояние; общую хорошую обстановку в стране, обществе; наличие хороших и верных друзей; общественное признание; самостоятельность и независимость; свободу; творчество; удовольствия и т.д.;

б) инструментальные, т.е. ценности, относящиеся к средствам достижения целей. Среди них авторы выделяют аккуратность; воспитанность; высокие запросы (притязания); жизнерадостность; исполнительность; непримиримость к недостаткам в себе и других; образованность; ответственность; рационализм; самоконтроль; смелость в отстаивании собственного мнения; твердую волю; честность; эффективность в делах (трудолюбие, продуктивность в работе); чуткость и др.

Данная классификация является значимой при анализе организационной культуры, так как важно выявить не только цели организации, которые напрямую связаны с выделенным нами показателем «действенность организационной культуры» ([4]) как характеристикой того, насколько организационная культура способна обеспечить эффективность реализации стратегии организации и достижение любых запланированных целей и результатов, но и средства, которые управляющие организацией считают возможным использовать для достижения этих целей и результатов.

Следует особо подчеркнуть, что способность организационной культуры обеспечивать достижение целей организации и получение иного (например, социального) эффекта связана с реализацией культурой ряда функций. В качестве основных функций организационной культуры можно назвать:

- охранную функцию – создание определенного барьера на пути проникновения в организацию нежелательных явлений внешней среды;
- интегрирующую функцию – объединение интересов всех членов организации и создание чувства приверженности организации вследствие наличия общих ценностей;
- стабилизационную функцию – обеспечение социальной стабильности в организации, достижение общего согласия на основе согласования личных и организационных ценностей;

- нормативно-регулирующую функцию – формирование правил поведения людей в процессе работы;
- мировоззренческую функцию – формирование представления людей о предназначении организации и своем месте в ней;
- адаптивную функцию – обеспечение выживания организации в меняющихся условиях, предоставление возможностей оперативного реагирования на внешнюю ситуацию;
- мотивирующую функцию – создание условий для повышения трудовой мотивации персонала;
- коммуникативную функцию – обеспечение взаимопонимания и взаимодействия всех членов организации;
- имиджевую функцию – создание благоприятного впечатления об организации среди партнеров, клиентов, конкурентов и всех прочих субъектов;
- инновационную функцию – создание возможностей персоналу осуществлять инновационную деятельность и реализовывать свой творческий потенциал
- функцию демонстрации уникальности организации как важного фактора обеспечивающего конкурентные преимущества организации на рынке и, соответственно, ее эффективность деятельности.

Таким образом, значение организационной культуры для развития любой организации трудно переоценить. Выполняя перечисленные функции, организационная культура способствует формированию нужного поведения персонала, повышению чувства ответственности за выполненную работу; выступает средством обеспечения стабильности и преемственности в организации; является источником конкурентных преимуществ организации, эффективным и достаточно легкорезализуемым инструментом управления персоналом.

Рассматривая организационную культуру, следует обратить внимание ее на один важный момент. Развитая организационная культура способствует повышению экономических результатов деятельности организации. Нами было проведено соответствующее исследование, результаты которого представлены в [2-4]. В целом можно отметить, что имеется прямая связь между уровнем развития организационной культуры и рентабельностью продаж и рентабельностью затрат, а также обратная связь между уровнем развития организационной культуры и уровнем текучести кадров. Кроме того, было обнаружено, что снижение уровня развития организационной культуры снижает эффективность маркетинговых мероприятий, осуществляемых компанией, в частности, маркетинговой коммуникативной политики ([2]). Это предопределяет необходимость управления развитием организационной культуры и более тщательного анализа эффективности культуры.

Следует отметить, что любая деятельность в организации, в том числе управленческая, требует оценки эффективности. В сфере оценки управления организационной культурой имеются ряд нюансов.

Традиционно в экономике под эффективностью подразумевают превышение результата над затратами:

$$E = \sum \Delta_i / \sum Z_i, \quad (1)$$

где Δ_i – прирост дохода от осуществления i -го мероприятия;
 Z_i – прирост затрат на реализацию i -го мероприятия.

Следует отметить, что применительно к управлению персоналом, а тем более к управлению организационной культурой такая интерпретация эффективности «в чистом виде» использовать не может. Это связано с тем, что:

во-первых, объем затрат на управление, признаваемых необходимыми, зависит от концепции управления (так, если концепция использования трудовых ресурсов предполагает их минимизацию, то концепция управления человеческими ресурсами рассматривает вложения в человеческие ресурсы как долгосрочное инвестирование);

во-вторых, перед управлением могут стоять задачи, лишь косвенно связанные с доходами

ми, получаемыми организацией (например, обеспечение лояльности и приверженности персонала к организации), либо вообще не связанные с доходами (например, создание благоприятных условий для жизнедеятельности персонала);

во-вторых, в современной науке пока не сложилось единого мнения о том, какие показатели следует использовать в качестве результата для оценки эффективности системы управления персоналом.

В настоящее время существует 3 подхода для решения этого вопроса.

Первый подход предполагает оценивать персонал как совокупного работника, эффективность деятельности которого определяется конечными результатами производства за конкретный период (объем продукции, прибыль, себестоимость, рентабельность, срок окупаемости капиталовложений, дивиденды на одну акцию и т.д.). Преимущество данного подхода в том, что результативность персонала определяется конечными результатами всей организации. Однако при этом не учитывается, какими средствами этот результат достигнут.

Второй подход основан на использовании показателей результативности и качества живого труда (производительность труда, доля оплаты труда в себестоимости продукции, процент выполнения нормы времени, фондовооруженность труда, потери рабочего времени и т.п.). Данный подход дифференцирует живой труд по видам работ, но не учитывает рыночную составляющую деятельности организации.

Третий подход предполагает оценку эффективности в зависимости от форм и методов работы с персоналом (организация работы персонала, мотивация, социально-психологический климат, уровень удовлетворенности трудом, текучесть кадров, равномерность загрузки персонала, выполнение плана социального развития и пр.). Данный подход отличается от предыдущего еще большей дифференциацией живого труда и еще меньшим учетом рыночного фактора.

Наличие разных подходов к оценке эффективности системы управления персоналом связано со сложностью и многогранностью объекта управления – людей в организации, выступающих носителями культурных ценностей. Поэтому оценка системы управления должна осуществляться комплексно в зависимости от выбранного вида эффективности:

а) экономическая эффективность характеризует воздействие управленческих мероприятий на экономические результаты деятельности организации;

б) социальная эффективность определяется ростом удовлетворенности персонала различными сторонами жизнедеятельности организации;

в) функциональная эффективность оценивается продуктивностью и гибкостью самой службы по управлению персоналом и организационной культурой.

Эффективность мероприятий по управлению организационной культурой может выражаться:

- напрямую (отношение к труду, текучесть кадров, лояльность и преданность организации и т.д.);

- или опосредованно (через прямые показатели). Например, улучшение отношения к труду может привести к росту производительности, улучшению качества продукции, (а, значит, к повышению конкурентоспособности организации), сокращению текучести персонала (а, значит, к экономии на подборе персонала) и т.п.

В качестве прямых показателей эффективности управления организационной культурой разными авторами предлагаются ряд показателей. Так, например, в качестве общего критерия для оценки эффективности организационной культуры предлагается степень ее соответствия определенному целевому типу [6]. Данный показатель определяется путем суммирования относительных отклонений значений показателей существующей культуры от желаемого типа по оцениваемым признакам, т.е.:

$$\text{ЭФ} = \Delta A + \Delta B + \Delta C + \dots, \quad (2)$$

где ΔA , ΔB , ΔC – относительные отклонения значения показателей существующей куль-

туры от желаемой по признакам «ориентация на внешнюю среду», «индивидуализм», «стабильность», соответственно.

Нам представляется, что данный показатель может использоваться для оценки эффективности организационной культуры с одним уточнением. Любые отклонения фактических значений от желаемых свидетельствуют о несоответствии анализируемых показателей заданным параметрам. Поэтому при расчете целесообразно пользоваться несколько иной формулой:

$$\text{Э}_{\text{ОК}} = 1 - \text{ЭФ}, \quad (3)$$

где $\text{Э}_{\text{ОК}}$ – эффективность организационной культуры. При этом значение, равное 1, свидетельствует о полном соответствии сложившейся в организации культуры желаемым типам.

Кроме указанного общего показателя эффективности в том же источнике представлены ряд вспомогательных показателей эффективности организационной культуры:

а) степень конфликтности, определяемая путем деления числа конфликтов, возникающих за период, на общее число взаимосвязей в организации. В идеальном варианте показатель равен нулю;

б) степень усвоения (хотя правильнее было бы сказать – не усвоения) культуры работниками – отношение числа взысканий, наложенных из-за нарушений основных принципов организационной культуры, к общему числу взысканий. Так же, как и в предыдущем случае, идеал равен нулю;

в) степень документализации культуры, представляющая отношение числа документов, отражающих организационную культуру, к общему числу документов, определяющих деятельность фирмы. На наш взгляд, в данном случае показатель может характеризовать степень выраженности бюрократического типа организационной культуры, предполагающего полную регламентацию всех действий в организации. Поэтому идеальное значение для данного параметра отсутствует, так как бюрократическая культура не может расцениваться как однозначно «плохая», или однозначно «хорошая»[4];

г) степень креативности, равная отношению числа нововведений, совершенных по предложению рядовых работников фирмы и управленцев низшего звена к общему числу нововведений. Как пишут авторы, данная характеристика показывает уровень сформированности в организации командного духа. На наш взгляд, данный параметр определяет не столько командный дух, сколько степень инновационности в работе организации, которая является не прямой, а опосредованной характеристикой развитой организационной культуры;

д) степень согласованности действий (опять же, более правильным термином в данном случае будет «степень несогласованности», поскольку предполагается деление числа сбоев или ошибок, вызванных несогласованными действиями персонала на общее число сбоев или ошибок);

е) уровень общности (совместимости) кадров управления – отношение количества кадров управления, уволенных по инициативе администрации к общему количеству уволенных кадров управления. Здесь также целесообразно использование термина «несовместимость», поскольку увольнения характеризуют не общность, а, наоборот, разобщенность, несогласованность, несовместимость.

Существуют и ряд других моделей оценки эффективности управления организационной культурой. Так, например, Асаул А.Н. [1] предлагает использовать в качестве основных показателей эффективности организационной культуры 4 критерия: разделение ценности, власть, правила, деятельность. А в качестве вспомогательных предлагаются такие параметры, как:

- производственные связи, т.е. общая сумма внешних и внутренних связей организации;
- неопределенность деятельности, равная отношению количества нерегламентируемых

функций к общему количеству функций, выполняемых подразделениями. Данный показатель характеризует степень знания исполнителем конечных целей своей работы;

- соотношение аппарата управления и производственного персонала как характеристика экономичности аппарата управления;

- множественность подчинения, отражающая степень загрузки аппарата управления по подготовке информации;

- показатель дублирования данных, характеризующий подготовку одинаковых данных в разных подразделениях, а также запрос одинаковых данных из разных подразделений вышестоящими организациями;

- уровень оперативности прохождения информации и ее полноты;

- уровень квалификации кадров управления;

- уровень общности кадров управления, характеризующий степень сменяемости кадров управления;

- уровень стабильности кадров управления.

Как видим, данный подход предполагает оценку коммуникационных аспектов и профессионализм управленческих кадров, что также является проявлениями организационной культуры

Рассматривая другие источники, можно обнаружить и ряд других характеристик эффективности управления организационной культурой (см., например, [8, 10]).

Нам представляется, что все предлагаемые показатели могут использоваться для оценки эффективности организационной культуры. Тем не менее, оценивать деятельность по управлению организационной культурой следует комплексно, рассматривая наличие и выраженность каждого ее элемента, а также работу службы управления персоналом по методическим аспектам организации деятельности по формированию и развитию организационной культуры и осуществлению мероприятий, направленных на повышение качества трудовой жизни.

Литература:

1. Асаул А.Н. и др. Культура организации: проблемы формирования и управления. – СПб.: Гуманистика, 2006. – 127 с.

2. Грудистова Е.Г. Исследование организационной культуры как элемента системы маркетинговых коммуникаций // Научный результат. Серия: Технология бизнеса и сервиса. – 2015. – Т. 1. - № 2 (4). – С. 61-70.

3. Грудистова Е.Г. Организационная культура и эффективность предпринимательства // Актуальные вопросы экономических наук: Сборник материалов XVI Международной научно-практической конференции: в 2-х частях. Часть 1 / Под общ. ред. Ж.А. Мингалева, С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство НГТУ, 2010. – С. 99-105.

4. Грудистова Е.Г. Формирование и развитие организационной культуры предприятий. – Братск: ФГБ ОУ ВПО «БрГУ», 2012. – 186 с.

5. Гоштаутас А., Семенов А.А., Ядов В.А. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности. – Л., 1979.

6. Козлов, В.В. Организационная культура: учебное пособие / В.В. Козлов, Ю.Г. Одегов, В.Н. Сидорова; под ред. М.Н. Кулапова. – М.: КНОРУС, 2013. – 272 с.

7. Мартынов Г.И. Корпоративный дух и организационная культура. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 82 с.

8. Николаева Г.Н. Организационная культура как фактор повышения эффективности работы персонала // Труды XXII Международной конференции «Проблемы управления безопасностью сложных систем». – 2014. – С. 422-425.

9. Организационная культура: учебник и практикум / Под ред. В.Г. Смирновой; Гос. ун-т упр. - Москва: Юрайт, 2016. - 306 с.

10. Патрусова А.М., Наумова Н.Н. Основные подходы и методы оценки человеческого капитала организации: опыт обзора отечественных исследователей // Труды Братского госу-

дарственного университета: Серия: Экономика и управление. – Братск: Изд-во БрГУ, 2016. – С. 160-165.

11. Слинкова, О.К. Системный подход к исследованию трудовой мотивации и организационной культуры: постановка проблемы: монография / О.К. Слинкова; Под ред. И.П. Поварича. - Новосибирск: СО РАН, 2005. - 217 с.

12. Слинков А.М. Раскрытие информационно-аналитического содержания мониторинга в системе управления организацией на основе методологического и управленческого подходов // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2016. - № 1. – С. 43-49.

13. Слинков А.М. Формирование системы морального стимулирования к труду: инновационный подход // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. – 2011. - № 1. – С. 112-115.

14. Соломанидина, Т.О. Организационная культура компании: учебное пособие / Т.О. Соломанидина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 624 с.

15. Стеклова О.Е. Организационная культура: учебное пособие.

http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/933/58933/28800?p_page=1

16. Шаталова Н.И., Окунева Т.В. Методика конструирования культуры организации // Вестник Уральского государственного университета путей сообщения. – 2016. - № 3 (31). – С. 108-120.

УДК 330.115 (075.8)

Сравнительная характеристика современных ерп-систем

Н.Я. Боярчук

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия
nyab@inbox.ru

Ключевые слова: ERP-система, репозиторий, информационная система, бизнес-процесс, бизнес-задачи, управление ресурсами.

Приведены результаты сравнительной оценки современных отечественных и зарубежных ERP-систем с использованием технических, экономических и функциональных критериев.

Современный уровень информационной поддержки менеджмента организаций характеризуется широким использованием система класса ERP (Enterprise Resource Planning) - Управление ресурсами предприятия) - корпоративных информационных систем для автоматизации планирования, учета, контроля и анализа всех основных бизнес-процессов и решения бизнес-задач в масштабе предприятия (организации).

Создание и функционирования ERP-систем основано на принцип формирования единого хранилища (репозитория) данных, содержащего всю корпоративную бизнес-информацию: по всем направлениям финансово-хозяйственной деятельности организаций, всем функциям управления и по всем ресурсам.

Наличие репозитория устраняет необходимость в передаче данных от одной системы к другой, а также обеспечивает одновременную доступность информации для любого числа сотрудников предприятия, обладающих соответствующими полномочиями.

Целью ERP-систем является не только повышение эффективности управления функционированием и развитием предприятия, но и увеличение эффекта от создания и использования внутренних информационных потоков. Стратегическая цель, по нашему мнению, заключается в оптимизации процессов разработки и принятия управленческих решений.

В типизированных ERP-системах реализованы следующие основные функциональные блоки [1]:

- планирование продаж и производства: разработка плана производства основных видов продукции.
- управление спросом: для прогноза будущего спроса на продукцию, определения объема заказов, определения спроса дистрибьюторов, спроса в рамках предприятия и др.
- укрупненное планирование мощностей: для конкретизации планов производства и определения степени их выполнимости.
- основной план производства (план-график выпуска продукции): продукция в конечных единицах (изделиях) со сроками изготовления и количеством.;
- планирование потребностей в материалах: виды материальных ресурсов и конкретные сроки их поставки для выполнения плана.
- спецификация изделий: состав конечного изделия, материальные ресурсы и процессы, необходимые для его изготовления.
- планирование потребностей в мощностях: более детально, определяются производственные мощности.
- маршрутизация / рабочие центры: конкретизируются как производственные мощности различного уровня, так и маршруты, в соответствии с которыми выпускаются изделия.
- проверка и корректировка цеховых планов по мощностям;
- управление закупками, запасами, продажами.
- управление финансами;
- управление затратами; (учет всех затрат предприятия и калькуляция себестоимости готовой продукции или услуг).
- управление проектами/программами;
- управление персоналом.

Основные характеристики сравниваемых ERP-систем представлены в таблице 1.

Таблица 1

Сравнительная характеристика ERP-систем

Решение	Производитель	Сфера применения	Срок внедрения	Стоимость внедрения
MBS Ахapta, Navision	Microsoft (США)	Предприятия нефтяной отрасли, пищевой промышленности, торговли, металлургии, дистрибуции, телекоммуникационная отрасль.	6 месяцев – 2 года и более	Средняя стоимость решения на одно рабочее место - \$3,5 тыс. Стоимость внедрения - 100-250% стоимости решения.
SAP	SAP AG (Германия)	Оборонные предприятия, компании нефтегазового комплекса, металлургия, энергетика телекоммуникации, банковский сектор.	1-5 лет и более	Лицензия на 50 рабочих мест - около \$350 тыс. Стоимость внедрения в несколько раз превышает стоимость решения.
Oracle Applications	Oracle (США)	Тяжелая промышленность	1-5 лет и более	Средняя стоимость решения на одно рабочее место- \$5 тыс. Полная стоимость существенно зависит от требуемой функциональности и сложности внедрения.
«Галактика»	Галактика (Россия)	Нефтегазовая отрасль, энергетика, металлургия, предприятия ВПК, пищевая промышленность.	4 месяца-1,5 года и более	Средняя стоимость лицензии - \$2 тыс. за одно рабочее место. Стоимость внедрения составляет - 100% этой суммы.
«Парус»	Парус (Россия)	Машиностроение, нефтегазовые компании, предприятия энергетической отрасли	4 месяца- 1 год и более	Средняя стоимость лицензии на одно рабочее место - \$1-2 тыс. Стоимость внедрения - 100-200% цены решения.
«1С: Предприятие 8»	1С (Россия)	Машиностроение, пищевая промышленность и др.	3-9 месяцев и более	Лицензия на одно рабочее место- \$150-600. Стоимость внедрения на одно рабочее место - \$200-1000

Таким образом, на российском рынке ERP-систем присутствует множество как иностранных, так и отечественных поставщиков: среди них «Microsoft», «SAP», «Oracle», «Галактика», «Парус», «1С».

На настоящий момент Корпорация «Microsoft» предлагает на российском рынке два основных продукта в этом сегменте: «Navision» и «Dynamics». Управленческая система «Navision» обеспечивает возможность получения полностью интегрированных систем автоматизации финансово-хозяйственной деятельности предприятия: управленческого и бухгалтерского учета, предоставления услуг, аренды и лизинга оборудования, взаимоотношений с клиентами, торговли через Интернет и другие процессы. Система обличается гибкостью и масштабируемостью, что снижает трудоемкость установки дополнительных модулей, уменьшая первоначальные затраты на закупку и внедрение системы [2].

«Microsoft Dynamics» (ранее «Ахарта») позиционируется производителем как гибкая мультивалютная ERP-система для средних и крупных компаний [3]. Система «Ахарта» работает, в основном, на предприятиях с численностью сотрудников (пользователей) от 10 до 500 человек (верхний сегмент среднего рынка), предназначена для предприятий с относительно сложными бизнес процессами.

Компания «SAP» является одним из лидеров данной отрасли и позиционирует свои продукты как комплексные решения для крупных предприятий производственной сферы различной отраслевой принадлежности и форм собственности.

Архитектурные решения система SAP «R/3» позволяют соединить на предприятии производство, сбыт, бухгалтерский учет и учет затрат в одно целое, что способствует рационализации производства и повышению его эффективности. По причине высокой стоимости пакета лицензий решения от «SAP» занимают весьма ограниченный сектор на Российском рынке [2].

«Oracle E-Business Suite» - интегрированный комплекс приложений для электронного бизнеса, работающий в рамках локальной сети Интранет и глобальной сети Интернет. Комплекс включает в себе полный набор решений, необходимых для автоматизации управления современным предприятием.

Пакет бизнес-приложений фирмы «Oracle» «E-Business Suite» состоит более чем из 150 интегрированных программных модулей, позволяющих предприятию решать бизнес-задачи в области управления производством, финансами, материально-техническим снабжением, запасами и сбытом, маркетингом и продажами, взаимодействием с поставщиками и отношениями с покупателями, а также эффективно строить кадровую политику, управленческий учет и проводить операции через электронные торговые площадки.

Корпорация «Галактика» обладает лицензией ФСБ РФ на осуществление работ, связанных с использованием сведений, составляющих государственную тайну. Это позволяет использовать систему ERP в организациях и предприятиях оборонно-промышленного комплекса, а также в структурах, чья деятельность имеет стратегически важное значение для государства [3].

Корпорация «Парус» — одна из самых крупных российских компаний, работающих в области создания систем управления предприятиями. «Парус» разрабатывает и продвигает системы управления предприятием для различных отраслей: торговли, промышленности, сферы услуг, бюджета и др. Комплексный подход к автоматизации наряду с поэтапной реализацией проектов позволяет предлагать готовые решения «под ключ», обеспечивая эффективное управление, планирование и анализ деятельности предприятий.

«1С: Предприятие 8» включает в себя платформу и прикладные решения, разработанные на ее основе, используемые для автоматизации деятельности организаций и частных лиц. Гибкость и конфигурируемость платформы позволяет применять «1С: Предприятие 8» в самых разных областях:

- автоматизация производственных и торговых предприятий, бюджетных и финансовых организаций, предприятий сферы обслуживания и т.д.;

- поддержка оперативного управления предприятием;
- автоматизация организационной и хозяйственной деятельности;
- ведение бухгалтерского учета с несколькими планами счетов и произвольными измерениями учета, регламентированная отчетность;
- широкие возможности для управленческого учета и построения аналитической отчетности, поддержка мультивалютного учета;
- решение задач планирования, бюджетирования и финансового анализа;
- расчет зарплаты и управление персоналом;
- другие области применения [4,5].

Фирма "1С" выпускает тиражные прикладные решения, предназначенные для автоматизации типовых задач учета и управления в коммерческих предприятиях реального сектора и бюджетных организациях.

Сравнительная характеристика ERP-систем проводилась с использованием целой системы критериев, таких как:

- имидж фирмы-разработчика, время ее работы на рынке, репутация самой системы и общее количество успешных внедрений;
- число успешных (комплексных, полностью окупившихся) внедрений в России;
- гибкость, реализуемая в адаптации системы к изменениям внутренних и внешних факторов функционирования организаций-пользователей;
- открытость, т.е. простота настройки и интеграции в рамках информационной системы предприятия с другим программным обеспечением;
- терминология (качество русификации, полнота и понятность документации);
- качество локализации западной системы (учет специфики отечественной экономики: налоговой, финансовой и т.д.);
- географическая близость фирмы-разработчика (оперативность доработки, экономия командировочных расходов);
- приемлемость цены системы: на весь цикл установки ERP-системы (покупку, внедрение, сопровождение, развитие) придется потратить в несколько раз больше средств, чем на приобретение самого ПО (с коэффициентом 3.0 - 10.0) [2];
- возможность модульного приобретения системы в целях экономии капитальных затрат.

Для российских компаний, занимающихся локализацией и внедрением западной системы или разработкой и внедрением российской системы, учитывались такие факторы как: опыт работы и квалификация ее сотрудников, реальное знание ими производства, подходы к внедрению, количество успешно реализованных проектов, реальная поддержка изменений российского законодательства.

Одной из наиболее популярных иностранных ERP-систем является система «SAP». Немецкая компания «SAP AG», разработавшая ERP-систему «SAP», поддерживает имидж продающей дорогие и «тяжелые» решения для крупных предприятий. Решение для малого и среднего бизнеса «SAP Business One» характеризуется высокой стоимостью и значительной сложностью внедрения. ERP-система «1С: Предприятие» в этом отношении универсальна и используется предприятиями различных размеров и отраслей, любых видов собственности. В отличие от решения «SAP» программа «1С Предприятие» гарантирует максимально быструю автоматизацию бизнеса: срок внедрения программного продукта составляет от 3 до 6 месяцев. По сравнению с ERP-системой «SAP» «1С: Предприятие» позволяет более быстро и эффективно производить любые изменения во внедренной системе.

Система «Microsoft Dynamics» (ранее «Ахарта») позиционируется производителем как гибкая мультивалютная ERP-система для средних и крупных компаний [2]. Система «Ахарта» работает, в основном, на предприятиях с численностью сотрудников (пользователей) от 10 до 500 человек, предназначена для организаций с относительно сложными бизнес-процессами. Сравнивая ее с ERP-системой «1С: Предприятие», можно говорить о том, что 1С не испытывает такого дефицита специалистов как «Ахарта», что представляется особо

важным фактором, т.к. внедренная ERP – система «Ахарта» трудоемка в сопровождении. С ERP-системой «1С: Предприятие» не возникает подобных проблем в силу рациональной системы подготовки специалистов – как пользователей, так и разработчиков.

Среди отечественных производителей программных продуктов класса ERP-систем выделить корпорацию «Галактика», которая занимает одно из первых мест в российской отрасли компьютерного программного обеспечения, имеет большой опыт работы. На ее счету множество успешных внедрений на крупных и малых предприятиях. Однако следует отметить, что ERP- система «Галактика» снабжена узкоспециализированным языком программирования, который существенно уступает современным языкам. Кроме того в процессе эксплуатации данной системы неизбежны сложные дополнительные разработки, которые существенно замедляют развития бизнеса.

Безусловно, для российского бизнеса более предпочтительно использование отечественных ERP-систем, так как иностранные ERP- системы уступают им по большинству из вышеприведенных критериев (наиболее существенно – по критериям «терминология» и «качество локализации» в силу специфики российской экономики). Среди отечественных ERP-систем следует выделить систему «1С: Предприятие».

Не завышая значимость такого фактора как эффективный маркетинг, следует отметить, что фирма-разработчик «1С: Предприятие» имеет значительные преимущества перед остальными конкурентами вследствие гибкости своего реагирования на запросы заказчика и оперативного внедрения в свои продукты современных технологий в соответствии с политическими экономическим рисками ведения отечественного бизнеса. Определяющими причинами выбора продукции компании «1С: Предприятие» является наличие отраслевой компетентности и большой опыт эффективной реализации проектов. Несомненным достоинством является тот факт, что компания 1С осуществляет поддержку и сервисную помощь предприятиям, пользующимся ее продуктами. Это представляется особенно важным, т.к. по мнению отечественных и зарубежных аналитиков примерно в 80% случаев успешно внедренная система не реализует полностью свои функции из-за неудовлетворительного использования и сопровождения по причинам, связанным с плохой организацией данных процессов (недостаточная подготовленность предприятия, плохо обученный персонал, отсутствие политики безопасности, медленное устранение проблем и т.п.)[3].

Кроме того, гибкость программных прикладных решений на платформе «1С: Предприятие» обусловлена широкими возможностями модификации и доработки имеющейся программы под нужды предприятия своими силами. Особый интерес при этом, вызывают прикладные решения аналитической направленности, реализующие, в частности, технологии Data Mining. [6,7]. Разработанная на кафедре менеджмента и информационных технологий конфигурация по анализу данных, характеризующих основные бизнес-процессы коммерческой организации ООО «Море рыбы», используется ее руководством для более качественного обоснования управленческих решений в области регулирования взаимоотношений с контрагентами на основе генерируемых отчетов по результатам общей статистики, поиска последовательностей событий, построения «деревьев» решений и кластерного анализа.

Литература:

- 1.Краткий обзор ERP-систем [Электронный ресурс]: – Режим доступа <http://www.ipp-spb.ru/index.php?page=256> - Загл. с экрана, (Дата обращения: 13.04.2017).
- 2.ERP-системы [Электронный ресурс]: – Режим доступа <http://www.norbit.ru/products/groups/187.html> - Загл. с экрана, (Дата обращения: 16.03.2017).
- 3.Продвижение ERP-систем в России [Электронный ресурс]: – Режим доступа http://wapref.ru/referat_ujgqasotrpolujgbew.html - Загл. с экрана, (Дата обращения: 15.03.2017).
4. Обзор системы «1С:Предприятие 8» [Электронный ресурс]: – Режим доступа <http://v8.1c.ru/overview/> - Загл. с экрана, (Дата обращения: 16.03.2017).
- 5.Боярчук Н.Я., Косякова В.В. Роль данных системы бухгалтерского учета в информаци-

онном обеспечении управления предприятием // В книге: Perspective economic and management issues Collection of scientific articles. Scientific journal «Economics and finance», "East West" Association For Advanced Studies and Higher Education. 2015. С. 343-348.

6.Боярчук Н.Я. Разработка информационной модели аналитических исследований на платформе «1С: Предприятие» // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2015. Т. 1. С. 180-185.

7.Боярчук Н.Я. Использование технологии data maining для обоснования управленческих решений // Труды Братского государственного университета: Серия: Экономика и управление. – Изд-во БрГУ, 2016. – С.110-114.

УДК 005.21 (075.8)

Подходы к оценке интеллектуального капитала организационных структур Приангарья

В.В. Косякова

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия
vikos99@mail.ru

Ключевые слова: интеллектуальный капитал; инновация; конкурентоспособность, подходы к оценке интеллектуального капитала

Выживание предприятия в конкурентной борьбе всё чаще и существеннее основывается на развитии персонала. Одной из важных проблем развития современных рыночных отношений является повышение эффективности использования компаниями интеллектуального капитала. В статье предпринята попытка рассмотреть методы оценки стоимости интеллектуального капитала организационных структур в рамках таких подходов к оценке стоимости любого объекта, как доходный, сравнительный и затратный. Также рассматривается метод оценки интеллектуального капитала с помощью метода квалитметрической свертки, который дает возможность провести комплексную оценку и сосредоточить усилия руководства организационной структуры на мероприятиях, способствующих росту капитала организационного знания.

Сегодня интеллектуальный капитал является условием благосостояния организационных структур Приангарья, становится ключевым ресурсом их конкурентоспособности. В процессе создания, трансформации и использования интеллектуального капитала участвуют коммерческие предприятия, государственные и общественные учреждения и организации, т. е. все субъекты рыночных отношений. Способность экономики создавать и эффективно использовать интеллектуальный капитал все в большей мере определяет экономическую силу нации, ее благосостояние [1-19].

Подходы к оценке стоимости любого объекта принято делить на доходный, сравнительный и затратный; так же подошли к оценке стоимости такого особенного капитала как интеллектуальный [20-25]. При этом сравнительный метод используется много меньше из-за того, что нет подходящей аналогии для объекта оценки. В таблице предпринята попытка рассмотреть методы оценки стоимости интеллектуального капитала (ИК) предприятия в рамках этих подходов.

Таблица 1

Классификация методов оценки стоимости интеллектуального капитала

Метод	Краткое описание
<i>Доходный подход</i>	
Соотношение рыночной и балансовой цены	Стоимость ИК определяется как разность между рыночной и балансовой стоимостью собственного капитала предприятия

Оценка стоимости, добавленной за счет ИК	Основан на сопоставлении валового дохода от продажи затрат по схеме «затраты–выпуск». При этом в состав затрат не включаются расходы, связанные с оплатой рабочей силы
Оценка ИК с использованием <i>ROA</i>	В его основе лежит сопоставление <i>ROA</i> предприятия с нормализованным среднеотраслевым <i>ROA</i>
Экономическая добавленная стоимость	Показатель, включающий переменные капитального бюджетирования, финансового планирования, постановки целей, измерения деятельности, взаимодействия с акционерами, материального стимулирования. Недостатком метода является его сложность (ЭДС состоит из 164 характеристик).
<i>Сравнительный подход</i>	
Сбалансированная система показателей	Выделяется 4 блока показателей: финансовые (повышение стоимости предприятия для собственников, рост сбыта, производительность капитала); клиентские (предложение для клиентов – цена, качество, время, функциональность, сервис, связи с клиентами, марка); внутренних процессов (инновационные процессы как наращивание рыночной власти, процессы управления клиентами с целью повышения ценности для клиентов, оперативные процессы - достижение операционального превосходства, процессы, связанные с регулированием и средой – формирование ответственной гражданской позиции); обучения (стратегические компетенции, стратегические технологии, климат). Развитие организации должно быть сбалансировано по этим направлениям.
Калькулированная стоимость НМА	ИК оценивается как дисконтированная (текущая) стоимость избыточной доходности (прибыльности) предприятия по сравнению с конкурентами
Мультипликатор Тобина	Отношение рыночной стоимости объекта к стоимости его замены.
Метод освобождения от роялти	Предполагается, что владелец НМА лицензирует этот актив и получает доход в виде лицензионного платежа, который исчисляется исходя из доходов (выручки) производителей
<i>Затратный подход</i>	
Подход на основе расширенного балансового отчета	Отражение НМА в бухгалтерском балансе как актива, а не расходов (при соблюдении критериев)
Оценка гудвилла кадрового потенциала	Характеризует реальную рыночную стоимость работников не как штатных единиц, а как конкретных людей, умеющих выполнять конкретные функции, решать те или иные задачи
Оценка ИК по методу Л.Эдвинссона	Эдвинссон уверен, что стоимость компонентов ИК надо не складывать, а умножать. Тогда станет очевидно, что обращение стоимости одного из них в ноль приводит к обращению в ноль стоимости всего ИК

Все приведенные выше методы имеют свои особенности и недостатки, а также условия применения. Основная сложность оценки интеллектуального капитала связана с переходом от абстрактных нематериальных элементов интеллектуального капитала к финансовым измерителям.

В некоторых моделях используется информация бухгалтерской отчетности, а также данные фондового рынка. При этом внутренняя структура остается нераскрытой. В структурных моделях, полагающихся на нефинансовые измерители, труден переход к количественным денежным оценкам. Главным затруднением, с которым встречаются современные ученые в области интеллектуального капитала, таится в том, чтобы доходчиво раскрыть связь интеллектуального капитала с итогами работы организационной структуры. Кроме того, надо по-

нимать, что почти каждый метод оценки интеллектуального капитала имеет свои минусы, которые могут увеличиваться при использовании иностранных способов для оценки интеллектуального капитала организационных структур Приангарья без учета их особенностей.

Над решением проблемы оценки стоимости интеллектуального капитала работают и многие российские ученые, однако однозначного подхода на сегодняшний день пока не найдено.

До сих пор немало рассуждателей, которые могут путать дефиции интеллектуальный капитал и интеллектуальная собственность. Это ограничено, ведь интеллектуальная собственность создаётся работниками организации на базе их опыта и умений и входит в состав нематериальных активов организационных структур. Поэтому интеллектуальная собственность становится товаром на рынке интеллектуальной продукции и ее могут приобретать во владение другие организационные структуры, при этом приобретается право на использование интеллектуальной собственности. С другой стороны, интеллектуальная собственность – это также часть интеллектуального инструментария, которая прямо участвует в создании инновации и реализации последней, во многом определяя стоимость товара и цену на него.

Мы предлагаем вашему вниманию метод оценки интеллектуального капитала с помощью метода квалиметрической свертки, который дает возможность провести комплексную оценку и сосредоточить усилия руководства организационной структуры на мероприятиях, способствующих росту капитала организационного знания. Напомним, что интеллектуальный капитал (ИК) состоит из таких элементов как человеческий, организационный и потребительский капиталы, которые безусловно взаимодействуют друг с другом. Недостаточно финансировать в каждый из них по отдельности. Они должны оказывать помощь друг другу, создавая синергетический эффект, и тогда происходит перекрестное влияние одних видов нематериальных активов на другие.

Для получения комплексной оценки ИК компании применим метод квалиметрической свертки, позволяющий на основе экспертной оценки получить единичные баллы для составляющих ИК и с помощью коэффициентов весомостей определить значение комплексной оценки.

Таблица 2

Оценка человеческого капитала

Критерии оцениваются по шкале от 1 до 5. Критерий	Оценка	Коэффициент весомости
1.Знания	4	0,3
2.Умения	3	0,2
3. Креативность	3	0,2
4. Высшие ценности	3	0,1
5.Культура	5	0,2
Итого		1

По подсчитанным данным найдем человеческий капитал:

$$ЧК=4*0,3+5*0,2+3*0,1+3*0,2+3*0,2=1,2+1+0,3+0,6+0,6=3,4$$

Также рассчитываем организационный и потребительский капиталы.

Рассчитаем интеллектуальный капитал в целом:

$$ИК=ЧК+ОК+ПК.$$

Таким образом, из выбранной пятибалльной шкалы оценки полученная комплексная оценка интеллектуального капитала ИК показывает уровень его развития в организационной структуре. Если она не высока (от 0,1 до 3,7), то это свидетельствует о недостаточном внимании компании к научным разработкам и методам развития организационного знания. Поэтому руководству организационных структур следует задуматься о необходимости повышения квалификации сотрудников.

Литература:

1. Аксененко Т.Д., Харитонова П.В. Новый век - новые возможности // В сборнике: Актуальные вопросы экономики региона: анализ, диагностика и прогнозирование. Материалы VI Международной студенческой научно-практической конференции. 2016. С. 247-2
2. Боярчук Н.Я. Использование технологии Data Mining для обоснования управленческих решений // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2016. № 1. С. 110-114.
3. Боярчук Н.Я. Разработка информационной модели аналитических исследований на платформе «1С: Предприятие» // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2015. Т. 1. С. 180-185.
4. Боярчук Н.Я., Косякова В.В. Роль данных системы бухгалтерского учета в информационном обеспечении управления предприятием // В книге: Perspective Economic And Management Issues Collection of scientific articles. Scientific journal «Economics And Finance», "East West" Association For Advanced Studies and Higher Education. 2015. С. 343-348.
5. Боярчук Н.Я., Косякова В.В. Формирование творческого потенциала обучающихся как инструмент повышения качества образования // В сборнике: Совершенствование качества образования Материалы XIII (XXIX) Всероссийской научно-методической конференции. 2016. С. 27-32.
6. Бушманова Т.В., Харитонова П.В. К вопросу о популярности компьютерных продуктов и технологий // В сборнике: Актуальные вопросы экономики региона: анализ, диагностика и прогнозирование. Материалы VI Международной студенческой научно-практической конференции. 2016. С. 275-276
7. Вахрушева М.Ю., Харитонова П.В. Качественно-количественная оценка социально-гуманитарных явлений на основе метода нечетких множеств: прикладной аспект // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2014. № 3 (17). С. 9-16.
8. Гончарова Н.А., Сладкова Е.А. Инновации и организационная культура на предприятии // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2015. Т. 1. С. 92-94.
9. Луковникова Е.И. Структура и характеристика элементов инвестиционно-инновационной системы в строительстве // Управление инновациями : теория, методология, практика. 2015. № 12. С. 75-81.
10. Луковникова Е.И., Кудимова Е.А. Подходы оказания государственной поддержки приоритетным инвестиционным проектам в новых экономических реалиях // В сборнике: Проблемы экономики и управления строительством в условиях экологически ориентированного развития Материалы Второй Всероссийской научно-практической онлайн-конференции с международным участием и элементами научной школы для молодежи. Томский государственный архитектурно-строительный университет; Байкальский государственный университет экономики и права; Братский государственный университет. 2015. С. 191-196.
11. Луковникова Е.И., Патрусова А.М. Формы реализации механизмов трансфера инновационных научных достижений вуза и организаций // В книге: Инновационный менеджмент и технологии в эпоху глобализации материалы международной научно-практической конференции. 2014. С. 262-270.
12. Осинская Д.В., Слепенко Е.Д. Развитие аутсорсинга в современном российском бизнесе // В сборнике: Актуальные вопросы экономики региона: анализ, диагностика и прогнозирование. Материалы VI Международной студенческой научно-практической конференции. 2016. С. 98-101.
13. Патрусова А.М., Слинкова О.К. К вопросу управления персоналом в организациях иркутской области в условиях кризиса // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2016. № 1. С. 165-170.
14. Розанова А.А. Кризис как механизм саморегуляции экономических систем // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2015. Т. 1. С.

247-253.

15. Сладкова Е.А. Формирование трудового поведения сотрудников организации // Экономика и управление. 2007. № 4. С. 110-111.

16. Сладкова Е.А., Духовникова К.А. Система управления персоналом как фактор улучшения показателей деятельности инвестиционно-строительного комплекса // В сборнике: Проблемы экономики и управления строительством в условиях экологически ориентированного развития Материалы Второй Всероссийской научно-практической онлайн-конференции с международным участием и элементами научной школы для молодежи. Томский государственный архитектурно-строительный университет; Байкальский государственный университет экономики и права; Братский государственный университет. 2015. С. 329-335.

17. Харитонов П.В. Концептуальная сложность теоретических понятий в области управления персоналом организации // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2016. № 2 (24). С. 46-51.

18. Харитонов П.В., Патрусова А.М. Заблуждения в области HR-менеджмента // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2016. № 3 (25). С. 54-61.

19. Цветкова Д.Г., Слепенко Е.Д. Особенности разработки и внедрения системы менеджмента качества на предприятиях малого бизнеса // В сборнике: Актуальные вопросы экономики региона: анализ, диагностика и прогнозирование. Материалы VI Международной студенческой научно-практической конференции. 2016. С. 492-494.

20. Вахрушева М.Ю., Патрусова А.М., Сыгодина М.В. Разнообразие подходов и методов оценки эффективности информационных систем // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2016. № 1. С. 114-123.

21. Косякова В.В. Методика оценки конкурентоспособности предприятий // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2010. Т. 2. С. 108-112.

22. Косякова В.В. Управление человеческим капиталом как фактор инновационного развития промышленного предприятия: проблемы // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2016. № 1. С. 152-155

23. Патрусова А.М., Губарева Т.В. Подходы к оценке экономических результатов совершенствования системы и технологий управления персоналом // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2015. Т. 1. С. 241-2

24. Патрусова А.М., Наумова Н.Н. Основные подходы и методы оценки человеческого капитала организации: опыт обзора отечественных исследователей // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2016. № 1. С. 160-165.

25. Сладкова Е.А. Экономический потенциал предприятия как экономическая категория // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2016. № 1. С. 76-81.

УДК 658:338.24

Маркетинг персонала в организациях здравоохранения г. Братска. Проблемы и пути решения

С.Н. Трифонова¹, Е.Г. Грудистова²

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

¹lana.trifonova80@mail.ru, ²diplombg@mail.ru

Ключевые слова: маркетинг персонала, организация здравоохранения, молодые специалисты.

На сегодняшний день качество специализированной медицинской помощи, оказываемой в учре-

ждениях здравоохранения России, напрямую зависит не только от уровня профессиональной подготовки медицинского персонала, но и от мотивации к работе и нагрузок, которые возлагают на врачей. Поэтому успешное функционирование лечебно-профилактических учреждений здравоохранения неразрывно связано с их способностью подбирать новых специалистов, мотивировать имеющийся персонал на качественную и плодотворную работу и удерживать необходимый квалифицированный медицинский персонал на рабочих местах, снижая текучесть кадров. Именно с этой целью наряду с функциями планирования потребности в кадровых ресурсах, их обеспечении и использовании, необходимо внедрять и осуществлять в медицинских учреждениях грамотный маркетинг персонала. Дефицит квалифицированных медицинских кадров, как врачей, так и среднего медперсонала, резко ограничивает возможность пациентов на получение своевременного, грамотного и качественного лечения. На сегодняшний день это является одной из основных проблем системы здравоохранения и одной из главных проблем города Братска.

Грамотная организация здравоохранения является залогом здоровья всего населения страны. Сегодня на территории России остро стоит проблема дефицита медицинских кадров, что является следствием неэффективного менеджмента персонала. Причём эту картину мы можем наблюдать как в крупных городах страны, так и в маленьких - на периферии далеко от центра.

Рассмотрим, с чего начинаются проблемы, связанные с менеджментом персонала в системе здравоохранения страны. Анализируя сложившуюся ситуацию, не сложно сделать вывод, что проблемы начинаются ещё на этапе подготовки квалифицированных врачебных кадров, а ведь именно медицинские кадры являются наиболее ценной и значимой частью всех ресурсов здравоохранения. Если ничего не менять, то мы рискуем в скором времени оказаться в стране с медициной уровня развивающихся стран. В данной ситуации все обстоятельства говорят о том, что назрела острая проблема организации комплекса маркетинга персонала в системе здравоохранения.

Маркетинг персонала есть вид управленческой деятельности по долговременному обеспечению организации человеческими ресурсами. Он направлен на удовлетворение спроса на рабочие места на данном предприятии, в данном регионе, либо в данной отрасли. Выделившись в 1990-х гг. в отдельную научно-практическую область знаний, маркетинг персонала многое заимствовал из «традиционного» товарного маркетинга – концепции, принципы, методы. Так, в зависимости от состояния спроса на рынке труда можно выделить следующие виды маркетинга персонала:

- конверсионный маркетинг используется при негативном спросе на конкретную специфическую рабочую силу. Он направлен на преодоление негативного отношения к ней потребителя. Задача маркетинга персонала сводится к анализу того, почему потенциальные потребители пренебрегают данной способностью к труду, а также к осуществлению программы по преодолению и изменения предпочтений и мнений, формирования имиджа профессии;

- стимулирующий маркетинг реализуется при нулевом (отсутствующем) спросе на специфическую рабочую силу. Он предполагает поощрение спроса на способность к труду, и предлагает новые возможности для ее использования;

- перспективный (развивающий) маркетинг применяется при наличии потенциального спроса на специфическую рабочую силу. Такой маркетинг персонала призван выявить потенциальный спрос на рабочую силу и создать условия для ее формирования;

- ремаркетинг используется при уменьшающемся спросе. Он направлен на оживление профессиональной подготовки рабочих и специалистов с устоявшейся структурой по профилю и квалификации;

- поддерживающий маркетинг реализуется при постоянном спросе на специфическую рабочую силу и направлен на сохранение объемов спроса на определенную способность к труду;

- демаркетинг применяется при чрезмерном спросе на рабочую силу. Он направлен на снижение объемов спроса на конкретную способность к труду;

- противодействующий маркетинг осуществляется при нежелательном (иррациональном) спросе на специфическую рабочую силу. Он направлен на ограничение и переориентацию потребительского спроса путем предложения соответствующих альтернатив;

- стабилизирующий маркетинг реализуется при непостоянном (сезонном) спросе на специфическую рабочую силу. Он направлен на нахождение рабочих мест, спрос на которые не совпадает по времени со спросом на основные рабочие места, предназначенные для использования данной специфической рабочей силы.

Как видим, каждый вид маркетинга персонала предполагает исследование ситуации, сложившейся на конкретном рынке труда (в конкретной сфере или отрасли), и осуществление мероприятий, направленных на поддержание баланса между спросом и предложением. При этом эта деятельность носит стратегический характер, так как ориентирована на долгосрочный успех организации и формирование ее позитивного имиджа на рынке труда.

Маркетингу персонала как виду управленческой деятельности присущи как общие функции управления, характерные для любого вида управленческой деятельности, так и специфические, характеризующие маркетинговую деятельность на рынке труда.

Общие функции маркетинга персонала включают:

а) планирование – установление стратегических и оперативных планов в области персонала, определение этапов реализации поставленных целей, исполнителей, ресурсов;

б) организация – выбор структуры объекта и субъекта управления, реализация их взаимоотношений и взаимодействий;

в) координация – регулирование, активизация действия органов управления маркетингом персонала, обеспечение согласованных действий с другими функциональными подразделениями организации;

г) контроль – учет и анализ результатов управленческой деятельности; обработка и осмысление информации для принятия управленческих решений в области маркетинга персонала;

д) прогноз – возможная оценка явлений и процессов, характерных для объекта управления.

К специфическим функциям маркетинга персонала относят:

а) аналитическую функцию – изучение рынка труда, анализ внешних и внутренних факторов, стратегический анализ, анализ кадровой политики;

б) производственную функцию – организация формирования рабочей силы, человеческих ресурсов, разработка кадровых технологий, логистика маркетинга персонала, управление качеством и конкурентоспособностью персонала;

в) функцию развития персонала – оценка персонала, его деятельности, кадровый аудит, планирование развития, организация развития, мотивация и контроль развития;

г) функцию управления – осуществление таких действий, как:

- организация стратегического и оперативного управления;

- управление трудовыми ресурсами (демографическими процессами, образованием и профориентацией, социальным развитием);

- управление занятостью (рабочими местами, распределением, перераспределением);

- управление персоналом (трудом, социально-демографическими процессами);

- информационное обеспечение управления маркетингом персонала;

- организация стратегического и оперативного контроллинга маркетинга персонала;

- организация системы коммуникаций на предприятии, в регионе, стране.

Кроме перечисленных общих и специфических, выделяют специальные функции маркетинга персонала:

а) информационная, состоящая в создании информационной базы для кадрового планирования;

б) коммуникативная, предполагающая установление путей покрытия потребностей в персонале и формирование имиджа организации;

в) ценовая, связанная с определением затрат на привлечение и использование персонала.

Методы маркетинга персонала, будучи примененными в организациях здравоохранения г. Братска, могут помочь решить многие проблемы, с которыми столкнулись данные организации в последние годы. И ключевым моментом в данном случае является анализ факторов, обусловивших возникновение этих проблем. Рассмотрим их подробнее.

Поскольку уровень подготовки и квалификация молодых медицинских кадров является главным критерием, характеризующим возможности обеспечения учреждений здравоохранения персоналом, постольку эффективный маркетинг персонала надо начинать ещё на этапе подготовки будущих специалистов. Это ставит перед высшими учебными заведениями России задачу повышения эффективности педагогической работы, в том числе при проведении циклов повышения квалификации для уже работающих в медицине специалистов: врачей и среднего медперсонала.

Изучением данной проблемы эффективного маркетинга медицинского персонала в 2016 году занялось содружество молодых врачей. Было проведено социологическое исследование, в котором участвовало 125 человек [1]. В ходе данного исследования студентам 6 курса медицинских университетов был задан вопрос: «Что беспокоит выпускников медицинских вузов в первую очередь?»

По данным проведённого социологического исследования удалось выделить следующие проблемы (рисунок 1).



Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Что беспокоит выпускников медицинских вузов в первую очередь?»

Подводя итоги по проведённому опросу, можно отметить, что, хотя вопрос на первый взгляд был простым, он позволил выявить ряд очень важных проблем, волнующих студентов. Теперь рассмотрим их поподробнее.

На первом месте у студентов медвузов стоит проблема трудоустройства. Будущие врачи боятся, что не смогут трудоустроиться. Казалось бы, что такой проблемы быть не должно, ведь очевидно, что имеет место дефицит кадров в системе здравоохранения. Но у обычного студента медвуза, который затратил на получение своего врачебного диплома шесть-семь лет своей жизни, нет особой заинтересованности ехать куда-то на периферию, в маленькие города, а оставаться в крупном городском центре сложно из-за высокой конкуренции на рабочие места в лечебных учреждениях.

Проблема трудоустройства молодых специалистов неразрывно связана со второй проблемой, которая тоже волнует студентов - это недостаток знаний, умений и практических навыков. Главная причина - это несоответствие уровня преподаваемых студентам знаний, умений и навыков в медицинских вузах действующим требованиям практического здравоохранения. Студент оказывается совсем не готовым к настоящей практической деятельности

в лечебных учреждениях.

И, наконец, третья проблема - это низкий уровень заработной платы в бюджетной системе здравоохранения. Данное обстоятельство ставит молодых врачей в ещё более безвыходное положение и приводит к разочарованию в профессии. Ни о какой адаптации молодых специалистов, вступающих на путь практикующего врача, и речи не ведётся. Получил диплом - вот тебе кабинет, вот карты, вот пациенты за дверью. Конечно можно пуститься в полемику и долго рассуждать о приоритете духовных ценностей над материальными благами, о высоком призвании врача, о клятвах Гиппократовых, даваемых врачами, и т.п. Но, тем не менее, когда у врача будут эти самые пресловутые материальные блага в достаточном количестве, у него не будет болеть голова о предстоящем ночном дежурстве после честно отработанной дневной смены. Работая сутками, усталые и задёранные, а соответственно злые на всех и на себя в первую очередь, потому что не могут должным образом обеспечить семью, - такими зачастую мы видим наших врачей. Надо отметить, что положение среднего медперсонала тоже ничем не лучше. Медицинские сестры, фельдшеры, акушерки также работают сутками. И бытует поговорка, которая стала к сожалению, уже девизом отечественной медицины: «Медики работают на 1,5 ставки, потому, что на одну ставку кушать нечего, а на две ставки - некогда.» Хотя в реальности у врачей и среднего медперсонала процент совмещения уже давно больше, чем 1,5 ставки. Не мудрено, что происходит профессиональное выгорание медицинских кадров. Что тут говорить о молодых специалистах, когда профессионалы с трудом выдерживают нагрузки?

Все вышеперечисленные проблемы показывают, почему так важно при разработке эффективного комплекса маркетинга персонала учитывать качество, уровень профессиональной подготовки и мотивированность медицинских кадров.

Для более полного анализа проблемы эффективного маркетинга медицинского персонала рассмотрим, как развивалась данная ситуация в динамике, взяв временной промежуток начиная с 1980-х годов до настоящего времени.

Если вспомним историю нашей страны, то увидим, что в СССР была отработана четкая система распределения выпускников всех высших учебных заведений, в том числе и медицинских вузов [2]. И студент из медвуза Москвы, например, мог совершенно спокойно получить распределение на Камчатку или Сахалин - туда, где данный молодой специалист был нужнее всего. Распределение проводилось как правило в последние месяцы обучения в вузе. Отвечала за это специальная комиссия. Она распределяла выпускников по рабочим местам на предприятиях и в организациях, нуждающихся, согласно разрядке соответствующих ведомств, в специалистах данного профиля. К сожалению, мы уже успели забыть, что образование в СССР было бесплатным для всех и везде. Понятия «платное образование» не существовало. Государство в ту эпоху щедро заботилось о том, чтобы вся молодёжь могла беспрепятственно получать образование, как среднее специальное, так и высшее. Единственное, что требовалось от каждого студента - это желание учиться! Взамен выпускник был обязан отработать «по распределению» три года, и только после этого мог поменять место работы по собственному желанию. Таким гуманным способом компенсировались государству затраты на обучение молодых специалистов.

Данная система распределения выпускников вузов позволяла решать целый ряд очень важных организационных вопросов. Например:

- осуществлялась стабильная обеспеченность молодыми медицинскими кадрами лечебных учреждений, в том числе в отдалённых районах страны;
- обеспечивалось гарантированное предоставление рабочих мест абсолютно всем выпускникам медвузов. Работающий по распределению даже имел особый юридический статус «молодого специалиста» - такого работника нельзя было уволить без специального на то разрешения министерства;
- существовала отработанная до мелочей система наставничества, которая гарантировала получение каждым молодым специалистом реальных практических навыков, необходимых для дальнейшей самостоятельной работы;

- особо стоит отметить, что приезжая в другой город по распределению, молодой специалист мог гарантированно рассчитывать на место в общежитии;

- в некоторых случаях (когда предприятие или организация были особо заинтересованы в удержании данного работника) он мог получать льготы в обеспечении жильём, устройстве детей, если таковые были, в детские дошкольные учреждения и так далее;

- распределяемые на работу вне своего местожительства обеспечивались безвозвратными пособиями по переезду («подъёмными»), дешёвым жильём в общежитиях (с сохранением прописки по основному месту жительства) и другими социальными гарантиями.

Проводя анализ данной системы распределения молодых специалистов, можно с уверенностью сказать, что в СССР существовал достаточно эффективный маркетинг персонала (хотя этот термин не использовался, сущность проводимых мероприятий сводилась к нему). Он позволял решать две очень важные проблемы, а именно:

- гарантированное и стабильное обеспечение лечебных организаций по всей стране молодыми медицинскими кадрами;

- высокая мотивация молодых специалистов социальными гарантиями.

Следующий очень трудный этап для нашей медицины, да и для всей страны начинается в 1990-е годы. При развале СССР в корне меняется вся система здравоохранения, при этом к сожалению, навсегда исчезает система распределения молодых специалистов [3]. Но стоит отметить, что достаточно сложно отследить все потери, как прямые, так и косвенные, понесённые в связи с отказом от этой системы. В 1990-е годы состояние экономики и политической системы страны оставляло желать лучшего. Результатом этих потрясений явилось то, что в 2000-х годах Российское здравоохранение столкнулось с острым дефицитом медицинских кадров, как в первичном медицинском звене, так и в ряде специальностей. Причём не хватало не только врачей, но среднего медицинского персонала и это было повсеместно. Вся система здравоохранения на тот момент была в коллапсе. Ни о каком эффективном маркетинге персонала тогда даже и речи не шло. Ситуация была катастрофической. Образовавшаяся острая проблема требовала быстрых и чётких решений со стороны Федеральных органов управления здравоохранения. В результате были приняты следующие меры для стабилизации обстановки:

- стали выплачиваться дотации работающим врачам;

- частичный возврат, в рамках пилотных проектов, к системе распределения, с учетом современных требований, а именно обучение в медвузах по целевому направлению.

Однако следует отметить, что в настоящий момент широкой практики развития данных пилотных проектов нет, и каждая область принимает меры по улучшению качества маркетинга медицинского персонала, ориентируясь на возможности только своего бюджета области и региона в целом. Но обсуждения и дискуссии по данной теме продолжаются и ведутся на различных медицинских форумах и конференциях. Это даёт надежду, что со временем всё-таки будет разработан и предложен единый комплекс мероприятий, направленный на повышение эффективности маркетинга медицинского персонала в лечебных учреждениях страны, что, соответственно, положительно скажется на качестве оказываемых медицинских услуг и, как следствие, будет залогом повышения здоровья всей нации.

Рассмотрим теперь поподробнее как обстоят дела с маркетингом медицинского персонала в городе Братске, выясним какие существуют проблемы в данной области, а также изучим меры, которые были приняты для решения сложившейся ситуации.

Исходя из расчётов по численности населения города Братска, обеспеченность города врачами должна составлять 46,8 на 10 тысяч населения [4]. Это необходимый минимум медицинских специалистов, который необходим для обеспечения доступности медицинской помощи для населения. В Братске уже несколько лет этот показатель составляет 25 врачей на 10 тысяч населения. То есть укомплектованность медицинскими кадрами составляет только 50% от необходимого количества врачей. А если посмотрим средний возраст медицинских кадров, то он окажется равен 53-м годам. Всё это свидетельствует о том, что в Братск не спешат молодые врачи. Ситуацию усугубляет ежегодный существенный отток медицинских

специалистов на заслуженный отдых. Для успешного выполнения рекомендации Минздрава России по повышению качества оказываемой медицинской помощи, в Братске необходимо заполнить 400 пустующих вакансий в сфере здравоохранения [5]. Остается острым вопрос: «Где взять медицинских специалистов?» Как видим, основная проблема маркетинга персонала заключается в существенном дефиците кадров.

Рассмотрим комплекс принятых мер для решения сложившейся ситуации. На сегодняшний день в Братске были приняты и продолжают действовать следующие меры социальной поддержки врачей:

- врачам в возрасте до 35 лет при трудоустройстве в государственные медицинские учреждения предоставляется единовременная денежная выплата в размере 150 тыс. руб. из городского бюджета;

- независимо от возраста врача предоставляется служебная квартира или ежемесячная компенсация за наем жилого помещения в размере 10 тыс. руб. в течение первых трех лет;

- предоставляется возможность участия в целевых программах для получения социальной выплаты на приобретение собственного жилья;

- для детей приехавших врачей предоставляются места в дошкольных образовательных учреждениях.

Также важно отметить, что серьезный удар по притоку молодых кадров в Братск нанесли изменения в правилах прохождения интернатуры выпускниками медицинских ВУЗов. А именно - когда запретили молодым врачам проходить интернатуру в лечебных учреждениях, в которых отсутствуют клинические базы медицинских университетов. Поэтому с 2009 года в г. Братск перестали приезжать выпускники медицинских университетов. До принятых изменений в город в течение года приезжали по 15-20 человек молодых специалистов. А после окончания интернатуры многие оставались в нашем городе, так как уже успевали адаптироваться и привыкнуть к новому рабочему месту.

Для решения проблемы острого дефицита молодых специалистов в больницах Иркутской области в 2000-ые годы было принято решение производить целевой набор в медицинские ВУЗы. Для этого заключалось соглашение между медицинским университетом, администрацией территории и студентом. После завершения обучения на выпускника накладывалось обязательство вернуться на ту территорию, которая его направляла. Но главным минусом такого соглашения было то, что никакой правовой ответственности в нём прописано не было. И результат не заставил себя ждать - выпускники медицинских ВУЗов, отучившиеся за счёт территорий, на родину не возвращались.

В настоящее время целевые договоры составляются по-другому - в них прописывается ответственность выпускников медицинского ВУЗа за невыполнение условий договора. А именно: в случае, если после завершения обучения врач не станет работать в медицинском учреждении, которое отправило его учиться, он будет обязан компенсировать организации полную сумму, потраченную на его обучение. Это примерно 600 тысяч рублей. Однако оценить эффективность работы данного договора пока не представляется возможным, так как первые студенты, направленные на обучение по этим договорам на сегодняшний день, ещё продолжают обучение [6].

Анализируя ситуацию, сложившуюся в городе Братске, можно сказать что проблема маркетинга медицинского персонала у нас звучит особенно остро и связана она в первую очередь с проблемами, с которыми сталкивается любой небольшой город на периферии - это малая привлекательность нашего города для молодых специалистов и дефицит бюджета для запуска более весомых мер социальной поддержки медицинским кадрам. Данные обстоятельства требуют дальнейшего более детального анализа для разработки и внедрения соответствующего комплекса маркетинга персонала.

Далее обозначим главные проблемы высшей медицинской школы, как одной из причин, влияющих на маркетинг медицинского персонала, а также рассмотрим возможные пути решения данных проблем.

Российская высшая медицинская школа в настоящий момент всё ещё имеет развитую

инфраструктуру, а также обладает высококвалифицированным научно-педагогическим потенциалом и исторически сложившимися традициями подготовки врачей. Это наследие нам досталось с тех времён, когда Российская медицина была на пике своего развития. Но вместе с тем в отрасли здравоохранения сохраняется ряд проблем, которые требуют грамотного решения.

Во-первых - это дефицит практических знаний, умений и навыков. По новым стандартам обучения (ФГОС третьего поколения), в медицинских вузах полностью изменена система последипломого образования. А именно - отменяется интернатура и студент сразу после получения диплома может пойти работать терапевтом, педиатром или акушером и так далее, в зависимости от полученной специализации. По данным проведенного социологического исследования студенты испытывают дефицит клинического медицинского опыта на последних курсах обучения. И на практике остро ощущается несоответствие подготовки студентов к действующим требованиям практического здравоохранения.

Учитывая ситуацию, необходимо принимать соответствующие меры:

- повысить контроль за освоением базовых знаний, умений и навыков студентами медвузов. Только наличие хорошей базы знаний позволяет совершенствовать и углублять все последующие медицинские знания;

- рассмотреть вопрос о формировании законодательной базы для отработки хирургических навыков в условиях морга, как это было в СССР, так как на данный момент этот вопрос не урегулирован до сих пор. Это связано с тем, что невозможно подготовить грамотных хирургов на пластиковых муляжах. Это всё равно, что будущего повара заставить научиться готовить в игрушечной посуде для кукол, замешивая тесто из песка. Абсурдность такой ситуации понимает каждый практикующий хирург, но на сегодняшний день наши будущие хирурги продолжают «играть» пластиковыми муляжами;

- ограничить широкое и повсеместное введение симуляционных методик обучения в противовес традиционной работе у «постели больного». Не надо забывать, что симуляционное обучение призвано дополнять, а не замещать сложившуюся традицию обучения;

- в настоящее время около 40% объема медицинского обучения передано студенту на самоподготовку, а также на дистанционное обучение через интернет технологии. Однако, что такое студенческая самоподготовка? И возможна ли она в системе медицинского образования? Преподаватели целого ряда региональных медицинских вузов бьют тревогу, подчёркивая, что этим нововведением был разорван взаимосвязанный процесс медицинского обучения, который был отработан и филигранно отточен годами практики. Не удивительно, что в результате качество медицинских знаний студентов катастрофически снизилось. Это отмечают даже сами студенты.

Во-вторых - это проблема наставничества. За последние годы отмечается опасный разрыв между поколением молодых специалистов и зрелым поколением практикующих врачей. Уходят опытные хирурги, акушеры, гинекологи, отоларингологи, офтальмологи, кардиологи и многие другие специалисты пенсионного возраста. Довольно большая часть среднего поколения медицинских специалистов была выбита из профессии в 90-е годы прошлого века. Когда для того, чтобы прокормить семью, люди были вынуждены уходить из профессии в другие отрасли, не связанные с медициной. К сожалению, назад вернуться смогли не все. Поэтому сегодня так важно не потерять врачебную молодежь в процессе формирования достойной смены, которая через 5-10 лет должна обеспечить здоровье граждан нашей страны. Если сейчас провалить подготовку грамотных квалифицированных, способных к самостоятельной работе и к самоусовершенствованию врачей, то кадровый дефицит будет и дальше прогрессировать, и в совсем недалеком будущем лечиться будет не у кого. А с проблемой медицинского наставничества и передачи профессионального опыта сталкиваются не только молодые врачи, но и студенты 4-5 курса, так как именно в это время начинается изучение клинических дисциплин. Преподавательский состав, зажатый в жесткие рамки новых стандартов ФГОС обучения, не успевает, а порой просто не хочет, обращать внимание обучающихся на практические аспекты конкретной дисциплины и делиться накопленным опытом. И

как результат - студенты вынуждены осваивать очень большой объем теоретических знаний без подкрепления этих знаний практикой. Контроль качества освоенных знаний, зачастую, осуществляется в тестовой форме, что, по мнению многих специалистов, применительно к медицинской системе образования не может служить методом объективного контроля. Как следствие, возникает потребность в разработке системы «наставничества» на новый лад, которая позволила бы осуществлять связь и передачу знаний и умений от более опытных медицинских коллег к менее опытным. Ведь всё новое - это зачастую хорошо забытое старое.

Подводя итоги, хочется сказать, что на сегодняшний день у нас есть все необходимые возможности для модернизации российского медицинского образования в соответствии с требованиями времени. Конечно, сегодня существует ряд очень важных проблем в сфере менеджмента и маркетинга персонала, которые требуют дальнейшего изучения и анализа с целью тщательной разработки комплекса маркетинга персонала и принятия мер по грамотной стабилизации ситуации в области здравоохранения. Также необходимо помнить о том, что глубокие традиции отечественной медицины - это основа дальнейшего её развития. Именно они обеспечивали нам здравоохранение, которым мы по праву всегда гордились. И это то, чем российская медицинская школа может даже поделиться с зарубежной школой на пути интеграции. Важно только принимать грамотные и взвешенные решения на пути реформ здравоохранения. И каждый руководитель должен отказаться от мнения, что на любое рабочее место есть желающие, готовые работать на любых условиях и за любую заработную плату, иначе проблема демотивации медицинского персонала будет нарастать [7]. Важно в каждом сотруднике видеть клиента, которого нужно мотивировать и побуждать к дальнейшему развитию. И только в этом случае основная цель маркетинга персонала - оптимальное использование персонала организации путем создания благоприятных условий труда, способствующих повышению эффективности, развитию в каждом сотруднике лояльного отношения к организации - будет достигнута, а проблемы, стоящие перед организациями такой жизненно важной сферы, как здравоохранение, успешно решены.

Литература:

1. Status medicus. Медицинский информационный портал для врачей. [Электронный ресурс] информационный сайт. <http://statusmedicus.ru/2017/01/16/problemy-podgotovki-medicinskix-kadrov-v-vysshej-shkole/> (дата обращения 30.03.2017).
2. Медицина в СССР. [Электронный ресурс] информационный сайт. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Категория: Медицина в СССР](https://ru.wikipedia.org/wiki/Категория:Медицина_в_СССР) (дата обращения 30.03.2017).
3. Здравоохранение в России. [Электронный ресурс] информационный сайт. [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Здравоохранение в России](https://ru.wikipedia.org/wiki/Здравоохранение_в_России) (дата обращения 29.03.2017).
4. Федеральная служба государственной статистики. «Регионы России. Социально-экономические показатели» 2015 г. [Электронный ресурс] информационный сайт. <http://www.gks.ru> (дата обращения 28.03.2017).
5. В Братске ищут пути решения кадровой проблемы в сфере здравоохранения. [Электронный ресурс] информационный сайт. <http://sia.ru> (дата обращения 05.04.2016)
6. Итоги визита в Братск подвел губернатор Иркутской области Сергей Левченко вечером 3 марта во время встречи с общественностью и городским активом. [Электронный ресурс] информационный сайт. <http://www.bratsk-city.ru/news/49127/> (дата обращения 30.03.2017).
7. Патрусова А.М., Слинкова О.К. К вопросу управления персоналом в организациях Иркутской области в условиях кризиса // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – Братск: Изд-во БрГУ, 2016. – С. 165-170.

УДК 330

Особенности разработки СМК для малых инновационных предприятий

Е.Д. Слепенко

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия
ekaterina-slepenko@yandex.ru

Ключевые слова: система менеджмента качества, инновационные предприятия, МИП, конкурентоспособность.

В данной работе рассмотрены теоретические аспекты и практические особенности разработки системы менеджмента качества для малых инновационных предприятий с целью повышения их конкурентоспособности, удовлетворенности потребителей и создания благоприятного имиджа организации.

Актуальность разработки и внедрения системы менеджмента качества состоит в том, что каждая организация стремится улучшить свою деятельность, будь то увеличение доли рынка, повышение конкурентоспособности, более эффективное управление рисками или повышение степени удовлетворенности потребителей. Система менеджмента качества обеспечивает необходимую структуру для контроля и улучшения показателей в любой выбранной области. Система менеджмента качества обеспечивает успех организации благодаря повышению степени удовлетворенности потребителей, мотивации персонала и постоянному улучшению продукции (услуг).

Внедрение СМК позволяет добиться целого ряда преимуществ. В первую очередь это конкурентные преимущества. Внедрение СМК в соответствии со стандартом ГОСТ Р ИСО 9001-2011 должно быть инициировано и поддержано высшим руководством компании. Это будет гарантировать должное внимание, выделение ресурсов и понимание высшим руководством целей внедрения СМК. Процедура сертификации обеспечивает поддержание взаимосвязи процессов и рабочих инструкций с поставленными целями. Это будет гарантировать максимальный уровень использования имеющихся активов.

Ожидаемо повышение эффективности экономической деятельности и успешное управление рисками. ГОСТ Р ИСО 9001-2011 помогает менеджерам повысить эффективность работы организации и оставить позади конкурентов, которые не используют системы менеджмента. Сертификация также упрощает оценку показателей деятельности и расширяет возможности управления рисками.

Привлечение инвестиций, улучшение репутации и снижение препятствий для продвижения организации также является преимуществом внедрения СМК. Сертификация по стандарту ГОСТ Р ИСО 9001-2011 упрочит репутацию организации и может стать эффективным средством продвижения. Она четко демонстрирует всем заинтересованным сторонам, что компания придерживается высоких стандартов и принципов постоянного улучшения.

Опыт показывает, что компании, вложившие средства во внедрение и сертификацию систем менеджмента качества по стандарту ГОСТ Р ИСО 9001-2011, получают следующие финансовые преимущества: повышение эффективности рабочих процессов, увеличение объемов продаж, ускоренная окупаемость активов и повышение рентабельности [1].

Положительным эффектом внедрения СМК будет являться и рационализация рабочего процесса. При оценке системы менеджмента качества внимание фокусируется на рабочих процессах. Это стимулирует организации повышать качество предлагаемых продуктов и услуг и помогает сократить количество жалоб клиентов.

Благодаря более активному обмену информацией ГОСТ Р ИСО 9001-2011 позволяет укрепить в сотрудниках чувство причастности к общему делу. Постоянные посещения с це-

люю оценки могут способствовать более быстрому выявлению недостатков в квалификации сотрудников и раскрыть проблемы, существующие в командной работе.

Кроме того цикл «Планирование, Действие, Проверка, Выполнение», предусматриваемый стандартом ГОСТ Р ИСО 9001-2011, гарантирует учет и удовлетворение меняющихся потребностей клиента.

Данный стандарт универсален, он не содержит точных определений по улучшению менеджмента качества в конкретной сфере, и каждая организация имеет возможность приспособить его применение к специфике своей деятельности [2].

Универсальными являются и требования, прописанные в стандарте, они могут применяться любой организацией, вне зависимости от того вида продукции, которую она выпускает или поставляет. Допускаются исключения из стандарта, если продукция компания имеет специфику, не позволяющую применить к ней данные требования.

В Братском государственном университете функционируют несколько малых инновационных предприятий, созданных в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью», Федеральным законом от 2 августа 2009г. N 217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности». Вот некоторые из них:

1. ООО «Лесные технологии»;
2. ООО «Современные электротехнические технологии»;
3. ООО «Автомобильные инновации»;
4. ООО Инженерно-инновационный центр «ЭКСПЕРТ-ОЦЕНКА»;
5. ООО «Центр облачных технологий».

Ни на одном из малых инновационных предприятий до 2015 года не была внедрена система менеджмента качества, в основном это связано с особенностями разработки и внедрения системы менеджмента качества на малых предприятиях.

Рассматривая вопросы разработки и внедрения системы менеджмента качества на малых предприятиях, следует рассмотреть отличия от крупных промышленных предприятий и учитывать эти особенности при построении систем.

Среди особенностей малых предприятий можно выделить такие, как немногочисленный персонал, простые и непосредственные взаимосвязи между работниками. Кроме того характерными чертами малых предприятий являются широкий круг задач, решаемых каждым работником, и принятие решений ограниченным кругом лиц или одним лицом.

Коллектив малого предприятия, как правило, более сплочен, часто связан неформальными узами, в большей степени мотивирован для успеха. При небольшом числе работающих – меньшая потребность в документах – правила работы можно обговорить «с глазу на глаз».

Ввиду малой численности сотрудников на каждого из них возлагается множество функций, т.к. иметь полный набор специалистов нет необходимости, при этом затратно.

Как правило, на малых предприятиях развиты вертикальные структуры, решения принимаются одним лицом, максимум двумя.

Малые предприятия более ориентированы на рыночное понимание качества и на потребителя. У них, как правило, службы качества малочисленны или отсутствуют совсем, но требованиям потребителя уделяется большое внимание.

При разработке и внедрении СМК все эти особенности, безусловно, должны быть учтены. Модель СМК разработанная на малых предприятиях должна быть простой, лаконичной, понятной и мобильной. Упрощенная структурная схема предприятия предполагает более детальную осведомленность высшего руководства обо всех процессах функционирования фирмы. Следовательно, риск потери информации – меньше. Соответственно, часто отпадает необходимость в дополнительном документировании различных процессов и процедур (сверх шести обязательных), а также в дополнительных записях.

Малый бизнес предполагает ограниченные финансовые возможности, и эта, проблема

одна из самых важных при решении вопросов о разработке и функционировании СМК. Разработка, внедрение, сертификация СМК – дело трудоемкое и затратное, зачастую неподъемное для малых предприятий (учитывая особенности: большая занятость ввиду многофункциональности менеджеров, отсутствие времени на обучение персонала, высокие стоимости работ и т.п.).

На кафедре менеджмента и информационных технологий на основании договора № 01-24-01/15.04.14-73 проведена работа по созданию системы менеджмента качества для ООО Инженерно-инновационный центр «ЭКСПЕРТ-ОЦЕНКА». Решены следующие задачи: на основе анализа определен сертификационный орган – ОАО «НАУСЕРТ», произведен экономический анализ и анализ документации ООО Инженерно-инновационный центр «ЭКСПЕРТ-ОЦЕНКА». Разработаны схемы взаимодействия процессов СМК, а также структура документации процессов СМК. Документация системы менеджмента качества была направлена в ОАО «НАУСЕРТ», получен сертификат соответствия СМК.

В результате внедрения в ООО Инженерно-инновационный центр «ЭКСПЕРТ-ОЦЕНКА» системы менеджмента качества ожидаются следующие результаты:

1. Увеличение объёма продаж (оказываемых услуг) за счёт полного удовлетворения требований и ожиданий клиентов;
2. Повышение результативности работы организации за счёт улучшения управляемости бизнес процессами и чёткого распределения ответственности и полномочий персонала, выполняющего работу, влияющую на уровень качества выпускаемой продукции и/или оказываемых услуг;
3. Улучшение позиционирования организации на рынке за счёт подтверждения соответствия её деятельности требованиям международно признанных стандартов в области управления и систем менеджмента.

На следующем этапе совместной работы кафедры менеджмента и информационных технологий ФГБОУ ВО «БрГУ» и малого инновационного предприятия ООО ИИЦ «ЭКСПЕРТ-ОЦЕНКА» предполагается открытие на базе МИП исследовательской лаборатории.

Литература:

1. Цветкова Д.Г., Слепенко Е.Д. Особенности разработки и внедрения системы менеджмента качества на предприятиях малого бизнеса//В сборнике: Актуальные вопросы экономики региона: анализ, диагностика и прогнозирование. Материалы VI Международной студенческой научно-практической конференции. 2016. С. 145-146.
2. Мониторинг процессов системы менеджмента качества Патрусова А.М. Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2011. Т. 1. С. 88-89.

УДК 338.24

Экономика как фактор социальных отношений

А.А. Розанова

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия
mail.rozanova@gmail.com

Ключевые слова: экономика, теория, системный подход, социальность, взаимодействие, механизм.

В статье анализируются определения экономики, существующие в современной экономической теории. Доказывается психо-био-социальная природа экономической активности. Обосновывается

необходимость перехода к системному пониманию экономики как основы и фундаментального свойства социального взаимодействия.

Для того, чтобы понять какую функцию экономика выполняет в системе социальных отношений и какую роль она играет в социальных взаимодействиях необходимо провести анализ существующих трактовок и подходов к пониманию экономики. Грубо говоря – необходимо понять, что, собственно, такое – экономика. Необходимо определиться с некой базовой трактовкой понятия экономики и сформулировать соответствующее определение экономики как феномена социальной реальности. Логичнее всего начать с анализа уже существующих определений.

Определение того, что такое экономика, является достаточно сложным, поскольку среди ученых вообще и среди самих экономистов, в частности, нет единого понимания и не выработано единого определения. Большой Энциклопедический словарь предлагает следующие определения экономики: «Экономика (от греч. οἰκονομική, букв. - искусство ведения домашнего хозяйства), 1) совокупность общественных отношений в сфере производства, обмена и распределения продукции. 2) Народное хозяйство данной страны или его часть, включающая определенные отрасли и виды производства. 3) Экономическая наука, изучающая ту или иную отрасль хозяйства, хозяйства региона (экономика промышленности, экономика торговли и др.)» [1].

В большом экономическом словаре мы видим следующее определение: «Экономика - 1) хозяйство, совокупность средств, объектов, процессов, используемых людьми для обеспечения жизни, удовлетворения потребностей путем создания необходимых человеку благ, условий и средств существования с применением труда; 2) наука о хозяйстве, способах его ведения людьми, отношениях между людьми в процессе производства и обмена товаров, закономерностях протекания хозяйственных процессов» [2].

В этих определениях мы уже изначально видим проблемы современной экономической теории и внутренние противоречия понимания экономики. С одной стороны, проблема понимания экономики заключается в том, что разные по уровню сферы хозяйственной деятельности определяются по-разному, в то время, как в реальности экономика представляет собой целостную систему, включающую в себя все без исключения формы и виды экономической активности людей на всех уровнях социальной организации. С другой стороны, проблема заключается в том, что экономика понимается как некая отдельная сфера социальной реальности, которая может быть произвольно выделена из других сфер социальной активности людей: политики, права, культуры, межличностного взаимодействия и т.д.

Обе эти проблемы имеют одну причину: экономика понимается как сфера социальной реальности, связанная с товарно-денежными отношениями, в то время как на самом деле экономика – это специфический тип социального взаимодействия, в той или иной степени определяющий все сферы социальной реальности от внутриспсихического взаимодействия, до исторического, социетального и культурного. Экономические отношения являются онтологическим фундаментом всех видов и форм социального взаимодействия. Экономика не является только аспектом тех или иных социальных отношений или сфер социальной реальности. Экономика является причиной, движущей силой и, зачастую, механизмом всех социальных взаимодействий. Но не потому, что производственный базис определяет социальную надстройку, а потому что само социальное взаимодействие по своей природе носит экономический характер. Хотя при этом необходимо понимать, что экономические процессы в психике, культуре, праве, различных формах межличностного взаимодействия носят более тонкий и сложный характер, нежели сфера товарно-денежных отношений, изучаемая классической экономикой.

Рассмотрим утверждение о фундаментальном экономическом характере природы социального взаимодействия более подробно.

Причины и мотивы социального взаимодействия, заключающиеся в необходимости и стремлении индивидов как элементарных социальных акторов в удовлетворении своих потребностей, являются экономическими по своей природе. Сами физиологические механизмы

возникновения и удовлетворения потребностей, социальное стремление и способы внешней активности организма к их удовлетворению представляют собой экономику организма, в котором синергетически поддерживается баланс между степенью энергозатрат организма на внешнюю активность и количеством получаемых благ, определяющими степень удовлетворенности индивида.

Содержание социального взаимодействия, т.е. стремление индивида к социальному взаимодействию, выражающееся в выполнении определенных социальных действий в обмен на получение необходимых индивидуальных благ, представляет собой био-психо-социальную экономику. Рациональная психическая активность реализуется как сложная система социально-обусловленного оценивания и расчета баланса затрачиваемых в социальной активности усилий и получаемых личных благ. Данные положения очень хорошо проанализированы в теории социального обмена, основоположник которой Дж. Хоманс отмечал, что все формы межакторного взаимодействия носят характер обмена и при этом имеют ярко выраженный экономический характер, что выражается в таких рациональных оценках, как «это мне много стоило», «дорогой для меня человек», «ценный совет» и т.д. [3]. Люди постоянно употребляют эти понятия, имеющие характер количественной экономической оценки, во взаимодействии с другими индивидами. И даже такие бескорыстные на первый взгляд социальные явления как благотворительность, самопожертвование, любовь, материнская забота, гордость и т.д. являются, как показал в своих исследованиях Ф.И. Розанов, специфической формой социального обмена и также имеют экономическую природу [4].

Форма социального взаимодействия. Социальное взаимодействие, механизмом которого является социальный обмен, носит экономический характер в том плане, что представляет собой экономический процесс, в котором индивиды конкурируют друг с другом за определенные ресурсы, имеют определенную социальную стоимость, осуществляют инвестиции в социальный статус, сотрудничают в стремлении к получению желаемого. Абсолютно любое по форме социальное взаимодействие можно описать в экономической парадигме используя понятия производства, распределения, потребления, стоимости, ценности, спроса и т.д. И это, с нашей точки зрения, является прямым следствием экономической природы социальных отношений в обществе и самой социальной активности индивидов.

Смысл (цель и значение) социального взаимодействия. В глобальном смысле, с точки зрения исторической эволюции социальной системы, социальное взаимодействие является ничем иным, как стремлением социосистемы к максимальной адаптации к среде. В этом плане вся человеческая цивилизация, вся политика и культура предстают как инструменты для реализации главной цели эволюции социальной системы – максимальной энергоэффективности, достигаемой за счет баланса энергоэффективности социосистемы в целом и максимальной энергоэффективности каждого конкретного индивида. В этом плане кажется рациональным и перспективным понимание экономических отношений именно в плане энергоэффективности, поскольку такая трактовка является универсальной и может применяться для описания экономических взаимодействий на любом уровне социальности от внутриличностного до социетального и исторического.

С точки зрения системного подхода экономика имеет, как и все системы, дуалистичную объектно-процессуальную природу. Как объект, экономика представляет собой одну из базовых функциональных подсистем социума, реализующую функцию ассимиляции, распределения и утилизации энергии и материи системой и состоящую из соответствующих структурно-функциональных подсистем и элементов. Как процесс, экономика представляет собой совокупность соответствующих процессов реализации функций ассимиляции, распределения и утилизации энергетических и материальных ресурсов стремящийся к определенному состоянию-аттрактору максимальной энергоэффективности системы. Как свойство экономика представляет собой определенную составляющую всех процессов социального взаимодействия. Таким образом мы видим, что понятие экономики далеко выходит за рамки, очерченные современной экономической теорией, хотя при этом необходимо понимать, что экономические процессы в психике, культуре, праве, различных формах межличностного взаимо-

действия носят более тонкий и сложный характер, нежели сфера товарно-денежных отношений, изучаемая классической экономикой, и их понимание требует дальнейших фундаментальных исследований.

Литература:

1. Большой энциклопедический словарь / гл.ред. А. М. Прохоров. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Большая Рос. энцикл.; СПб.: Норинт. 2002. -1456 с.
2. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. - М.: Книжный мир, 2003. - 895 с.
3. Homans G.C. Social behavior: Its elementary forms / G.C. Homans. - New York, Burlingame: Harcourt, Brace & World Inc., 1961. – 404 p.
4. Розанов Ф.И. «Социальная экономия» как фактор социального обмена. Труды Братского государственного университета: Сер.: Гуманитарные и социальные проблемы развития регионов Сибири. – Братск: ГОУ ВПО «БрГУ», 2010. - С. 83-87.

СОДЕРЖАНИЕ

ПРОБЛЕМЫ РЕГИОНАЛЬНОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ РЕФОРМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ.....	3
<i>Сапожников А.А.</i> Основные направления реализации государственной региональной политики на муниципальном уровне	3
<i>Акчурина И.Г., Аксентьева Г.А.</i> Стратегическое управление градообразующих предприятий на примере ОАО «Русал Братск».....	8
<i>Акчурина И.Г., Лебедева А.О.</i> Бизнес-инкубатор как инструмент развития предпринимательства в городе Братске	13
<i>Акчурина И.Г., Матвеев А.В.</i> Инструменты тайм-менеджмента современного муниципального служащего	19
<i>Акчурина И.Г., Столбунец И.Д.</i> Конкурентоспособность торговых предприятий и их влияние на решение проблем муниципального управления.....	24
<i>Акчурина И.Г., Терешина Д.Г.</i> Инвестиционный паспорт города: методы определения приоритетности инвестиционных проектов	28
<i>Бахарева Е. А.</i> Приоритетные базовые эколого-экономические индикаторы регионального развития хабаровского края	33
<i>Вакулюк Е.А., Леонов С.Н.</i> Взаимодействие власти и бизнеса: необходимость сотрудничества и взаимная обусловленность	36
<i>Дубровина М. А., Акчурина И.Г.</i> Основные инструменты территориального маркетинга и подходы к его развитию	40
<i>Клейменова Л.В., Терешина Д.Г.</i> Эффективность расходования бюджетных средств муниципального образования города Братска за 2016 год	43
<i>Полякова А.Ю., Леонов С.Н.</i> Нормативное регулирование государственно-частного партнерства в России	49
<i>Шеварева Я.С., Леонов С.Н.</i> Анализ состояния традиционных видов хозяйственной деятельности коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока, проживающих в Хабаровском крае	52
ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ	60
<i>Афанасьев А.С., Волосникова А.С.</i> Факторы финансовой устойчивости современных российских электроэнергетических компаний	60
<i>Афанасьев А.С., Салакина В.В.</i> Анализ текущей ситуации и перспективы развития аптечного бизнеса в России	63
<i>Гончарова Н.А., Сладкова Е.А., Шамсутдинова Д.С.</i> Формирование инновационной политики современных предприятий	69
<i>Каверзина Л.А., Кошевой П.Д., Красюк Т.В.</i> Кредитная деятельность коммерческих банков в Российской Федерации	75
<i>Каверзина Л.А., Цыганкова Д.Н.</i> Факторинг как способ снижения дебиторской задолженности современных предприятий	81

<i>Кобзова А.В., Фролова В.С.</i> Финансовое состояния организации: проблемы и методы улучшения	86
<i>Кобзов А.Ю., Кобзова А.В., Гурченкова О.А.</i> Анализ мотивации сотрудников организации как фактор повышения результативности труда	89
<i>Родивонова Е.В., Домрачева О.С., Дубровина Е.Н.</i> Инновационная активность современных предприятий	94
<i>Сладкова Е.А., Слонкин Н.Ю.</i> Конфликтные ситуации в организации и пути их решения	103
<i>Сладкова Е.А., Дупин Р.А.</i> Финансовая устойчивость и финансовый потенциал предприятия.....	107
<i>Е.В. Трапезникова</i> Роль и место рекламной стратегии в системе маркетинга и маркетинговых коммуникаций	111
<i>Трапезникова Е.В., Пакулова Е.С.</i> Исследование товарного ассортимента продуктов деревообрабатывающей промышленности	114
<i>Черутова М.И., Тетерина Н.Н.</i> Методологические основы планирования на предприятии	119
<i>Черутова М.И., Трусевич Е.В., Трусевич А.В.</i> Некоторые аспекты инновационной деятельности и ее финансирования	123
<i>Чикишева О.А., Исмаилова Л.Ч.</i> Исследование проблем разработки бизнес-плана в современных условиях	127
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РАЗВИТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	131
<i>Патрусова А.М., Слинкова О.К.</i> Процессный подход к управлению организацией: проблемы применения	131
<i>Геращенко Л.А.</i> Значимость и применение экспертных систем в различных сферах промышленности	135
<i>Грудистова Е.Г.</i> Основные подходы к оценке эффективности управления организационной культурой	139
<i>Боярчук Н.Я.</i> Сравнительная характеристика современных еgr-систем	146
<i>Косякова В.В.</i> Подходы к оценке интеллектуального капитала организационных структур Приангарья	151
<i>Трифорова С.Н., Грудистова Е.Г.</i> Маркетинг персонала в организациях здравоохранения г. Братска. Проблемы и пути решения	155
<i>Слепенко Е.Д.</i> Особенности разработки СМК для малых инновационных предприятий.....	164
<i>Розанова А.А.</i> Экономика как фактор социальных отношений	166

Научное издание

**ТРУДЫ
БРАТСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА**

**Серия
Экономика и управление**

Опубликовано в авторской редакции

Ответственный редактор *Л.В. Клейменова*
Компьютерная верстка *Л.В. Клейменова*

Подписано в печать 17.07.2017
Формат 70×100^{1/16}
Печать трафаретная.
Уч.-изд. л. 17,0. Усл. печ. л. 17,0.
Тираж 45 экз. Заказ

Отпечатано в издательстве ФГБОУ ВО «БрГУ»
665709, Братск, ул. Макаренко, 40