МИНИСТЕРСТВО
ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. А.Н. КОСЫГИНА
Технологии. Дизайн. Искусство

ВСЕРОССИЙСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ «СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ»

СОЦИАЛЬНЫЙ ИНЖЕНЕР - 2017

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ ЧАСТЬ 2

МОСКВА 2017

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»

Всероссийская конференция молодых исследователей «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации «Социальный инженер-2017»

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

Часть 2

МОСКВА – 2017

УДК 009
ББК 71.4(2)
С69

Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации: сборник материалов Всероссийской конференция молодых исследователей «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации «Социальный инженер-2017». Часть 2. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2017. – 207 с.

Сборник составлен по материалам Всероссийской конференция молодых исследователей «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации «Социальный инженер-2017», состоявшегося 05-07 декабря 2017 г. в Российском государственном университете им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Материалы публикуются в авторской редакции.

Редакционная коллегия
Председатель:
Кащеев О.В., проректор по научной работе
Ученый секретарь:
Зотов В.В., декан Института социальной инженерии

ISBN 978-5-87055-577-5
ISBN 978-5-87055-579-9

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2017
© Коллектив авторов, 2017

УДК 316.4

РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК ТЕХНОЛОГИЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Кещян С.Г., Титов В.А.
Российский экономический университет им. Г. Плеханова

Информатизация общества – это глобальный социальный процесс, который обеспечивает интеграцию информационных технологий с научными, производственными, образовательными технологиями и инициирует развитие всех сфер общественного производства.

Концепцией долгосрочного социально-экономического развития России предусматривается перевод экономики государства на инновационный тип развития, формирование конкурентоспособной экономики и эффективных технологических платформ, создание наукоемких инновационно ориентированных вузов, предприятий и организаций, основанных на базе инфотелекоммуникационных технологий [4]. Одним из основных инструментов формирования «новой экономики» является сбалансированная научно обоснованная структурная информационная политика в сфере образования, а также отраслевая политика развития, в том числе промышленная, кластерная, инфраструктурная.

В условиях построения информационного общества и интеграции России в мировое сообщество необходимо дальнейшее совершенствование образовательного процесса с целью обеспечения конкурентоспособности будущих специалистов, как на национальном отечественном, так и на международном рынках труда. Умение использовать современную информацию и информационные технологии является одной из наиболее важных компетенций, влияющих на формирование профессиональной готовности будущих специалистов к профессиональной деятельности.

Направления формирования и развития инфраструктурных проектов по информатизации в сфере образования отражают проблемы и перспективы инновационной политики развития образовательных организаций, выделяют проблемы современных методик внедрения информационных технологий в образовательный процесс, а также особенности использования современных информационных технологий и механизмы их реализации. Современный вуз по праву является интегратором науки, образования, промышленности.

Ведь информационная индустрия имеет сегодня огромные успехи в развитии информационных и телекоммуникационных технологий во всех отраслях и сферах деятельности человека, и особенно в образовании.

Идет колоссальное программно-техническое оснащение образовательной сферы. Появились новые технические средства разной конфигурации. Традиционные педагогика и дидактика преобразовываются в информационные педагогические технологии. В настоящее время выполняется программа «Электронная Россия 2011-2020 г.г.»: речь идет об ускоренном вхождении России в информационное общество, в котором большой удельный вес отводится образованию [3]. Благоприятно сказывается на развитии информационных педагогических технологий принятый в конце 2013 года закон «Об образовании» в части электронного образования и технологии дистанционного обучения [4].

За последние 5 лет информационные технологии возросли в объеме более чем в 3,5 раза. Появились новейшие электронные дидактические методы, широко используются мультимедийные курсы. Осуществляется дальнейшее развитие дистанционных форм обучения, а также такие новые сетевые модели, как электронные лекции, электронные семинары, компьютерные учебные игры становятся в центре развития многогранного учебного процесса. Информатизация общества – это процесс, особенность которого состоит в том, что доминирующим видом деятельности в сфере общественного производства является сбор, накопление, обработка, хранение, передача, использование, продуцирование информации, осуществляемые на основе современных средств микропроцессорной и вычислительной техники, а также разнообразных средств информационного взаимодействия и обмена. Информатизация общества обеспечивает активное использование постоянно расширяющегося интеллектуального потенциала общества, сконцентрированного в печатном фонде, в научной, производственной и других видах деятельности его членов; интеграцию информационных технологий с научными, производственными, инициирующую развитие всех сфер общественного производства, интеллектуализацию трудовой деятельности; высокий уровень информационного обслуживания, доступ любого члена общества к источникам достоверной информации, визуализацию представляемой информации, существенность используемых данных [5]. Влияние информатизации на экономику выражается в превращении информации в важнейший экономический ресурс, обеспечивающий принципиально новые возможности экономического развития, роста

производительности труда, решения социальных и экономических проблем.

В условиях построения информационного общества и интеграции России в мировое сообщество появилась необходимость дальнейшего совершенствования образовательного процесса с целью обеспечения конкурентоспособности будущих специалистов, как на национальном отечественном, так и на международном рынках труда. Развитие информационных технологий в образовании за последние десять лет увеличилось примерно в 3,5 раза [3]. Рассмотрим основные этапы информатизации образования в России. На первом этапе всесторонней компьютеризации общества имело место экстенсивное распространение компьютеров и первоначальное насыщение этой техникой различных вузов России. На втором этапе наметился переход к персонализации информационного фонда, т.е. начали интенсивно применять компьютерную технику на всех уровнях образования. Резко возросло количество персональных компьютеров и учащихся, причем по всем самым различным специальностям высшего образования. На третьем этапе был сделан следующий шаг по формированию в стране высокого уровня информационной культуры, предполагавшей создание и применение интенсивных компьютерных информационных технологий с удаленным доступом к разнообразным мировым информационным фондам, а также дальнейшее постепенное развитие в обществе электронных (компьютерных) сетей информатизации с достижением широкого удовлетворения имеющихся информационных потребностей всего населения [2].

В отличие от традиционных образовательных технологий предметом и результатом труда информационных технологий является информация, а орудием труда ЭВМ [5]. В этой связи количество и применимость разрабатываемых информационных продуктов в данной технологии в значительной степени зависят от используемых компьютеров, операционных систем, структур баз данных и т.д.

В Концепции информатизации сферы образования Российской Федерации под «информационными технологиями (ИТ) понимается система научных и инженерных знаний, а также методов и средств, которые используются для создания, сбора, передачи, хранения, обработки информации, в предметной области сферы образования».

В заключение нам особо хотелось бы отметить, что дальнейшее развитие информационных технологий в образовании должно обеспечить выполнение закона об образовании РФ от 20.12.2013 №273-ФЗ в частности

применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (статья 16), а также создание электронных образовательных ресурсов (ЭОР) для ускоренного построения информационного общества в России [4].

Список использованных источников:

1. Максимов Н.В., Партька Т.Л., Панов И.И. Технические средства информатизации: учебник.- М.: 2015.

2. Трайнев В.А. Электронно-образовательные ресурсы в развитии информационного общества (обобщение и практика): монография. М.: 2015.

3. Программа «Электронная Россия 2011-2020 гг. // официальный сайт Минкомсвязи // http://minsvyaz.ru/ru/activity/providing_activities/ дата обращения 12.11.2017.

4. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» № 273-ФЗ от 29.12.2012 в последней действующей в 2017 году редакции от 01 мая 2017 года, с изменениями и дополнениями вступившими в силу// Интернет-портал актуальных документов законодательства РФ// https://dokumenty24.ru/zakony-rf/zakon-ob-obrazovanii-v-rf.html дата обращения 13.11.2017.

5. Информационные ресурсы России. Национальный доклад. - М.: Государственный комитет Российской Федерации по связи и информатизации, 2015. – 15 с.

©Кещян С.Г., Титов В.А., 2017

УДК 316.4

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МОДЕРНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ

Кещян С.Г., Титов В.А.
Российский экономический университет им. Г. Плеханова

Одной из основных задач российского общества в современных условиях является обеспечение его инновационного устойчивого развития, включая способность оставаться на острие научно-технического прогресса, задавать тон в новейших технологиях, влиять на мир силой идей, примера, культуры, надежно обеспечивать безопасность государства и граждан.

Именно с этих позиций государство и общество стремятся подходить к задачам развития образования, не забывая других главных его задач –

развития личности, формирования гуманитарных ценностей, воспитания патриота и гражданина.

России жизненно необходима система образования, позволяющая адекватно ответить на вызовы современности, сохранить и укрепить позиции России как одного из ведущих государств мира.

Можно с уверенностью сказать, что центральной задачей развития современного образования является достижение образованности каждого человека и общества в целом.

Мир вступил в эпоху, когда большая часть экономического богатства создается вне среды материального производства. Многократно увеличивается значимость и стоимость интеллектуального труда, возрастает роль информации и информационных технологий, а экономика знаний становится важнейшей отраслью хозяйства. Интеллект, образованность, компетентность все в большей степени становятся основными конкурентными преимуществами.

Стратегической целью модернизации российского образования определено создание условий для достижения нового качества образования. Новое качество образования предполагает повышение уровня образованности выпускников школы. Образованность при этом понимается как качество личности, которое заключается в способности и готовности решения социально и личностно значимых проблем на основе использования освоенного социального опыта и осмысления собственного опыта обучаемых. Главным результатом при этом является не объем знаний, а способность использовать эти знания.

Основные пути повышения уровня образованности связаны с расширением видов деятельности, в рамках которых обучающиеся могут самостоятельно решать проблемы, когда наряду с традиционной учебно-познавательной деятельностью они участвуют в исследовательской, практической, коммуникативной, социально-ролевой и других видах деятельности; а также с освоением новых способов решения проблем в различных видах деятельности.

Основным фактором совершенствования системы образования являются инновационные изменения, внедрение новых педагогических технологий, в значительной степени ориентированных на развитие творческих способностей обучающихся с использованием информационных технологий.

В современных условиях необходим поиск иного содержания труда, апробации новых средств и способов его деятельности. Профессиональная деятельность рассматривается как процесс решения многообразных и

разноплановых задач, направленных на взаимное обогащение личности всех участников образовательного процесса в результате взаимодействия. Эффективность решения педагогических задач определяется многими факторами, в том числе рефлексией и творческим подходом к построению процесса обучения, что является необходимым элементом решения педагогических задач. В связи с этим использование рефлексии в технологиях развития творческих и коммуникативных способностей становится важным инструментом педагогической деятельности, обеспечивающим ее успешность, так как обучающиеся должны быть подготовлены к изменениям в профессиональной деятельности, обладать сформированной способностью понимания самого себя и окружающих людей, быть готовыми к постоянному самообразованию и практической деятельности.

В связи с этим особое значение приобретает реализация в процессе обучения педагогических технологий, ориентированных на информационные технологии, профессиональное и личностное развитие обучающихся, формирование у них навыков и умений творческого постижения и осмысления нового знания.

В заключение необходимо отметить следующее. Необходимо усиление психолого-педагогических исследований и философского осмысления процессов, связанных с широкими возможностями применения ИКТ в образовании. Организовать занятия, направленные на формирование информационной культуры личности и правосознания у учащихся, студентов вузов и техникумов, а также у преподавателей. Необходимо сформулировать минимальные требования ИКТ-грамотности и информационной культуры, позволяющие участвовать в ИКТ-формах обучения.

Основной задачей высшей школы на современном этапе является подготовка специалистов со сформированной методологической, исследовательской, компьютерной и инновационной культурой.

Необходимо создать в рамках системы повышения квалификации дистанционные консультационные центры для методической поддержки педагогов с электронной библиотекой методических разработок.

В ходе разработки цифровых образовательных ресурсов необходимо ориентироваться на реальную образовательную практику. Необходимо стремиться разрабатывать цифровые ресурсы в комплексе с другими учебными материалами, в составе единого учебно-методического комплекса.

Важнейшей частью любого учебно-методического материала, в том числе представленного в цифровом виде, является описание целей, планируемых результатов, состава обучаемых, форм и методов организации учебного процесса. Любую разработку цифровых ресурсов рекомендуется начинать с выявления целей, которые предполагается решать с их помощью в учебном процессе, а также форм организации учебного процесса.

Обеспечить доступ граждан, организаций, органов государственной власти и местного самоуправления к публичным информационным ресурсам в области образования, науки, культуры и коммуникаций через Интернет.

Список использованных источников:

1. Максимов Н.В., Партька Т.Л., Панов И.И. Технические средства информатизации: учебник.- М.: 2015.

2. Трайнев В.А. Электронно-образовательные ресурсы в развитии информационного общества (обобщение и практика): монография. М.: 2015.

3. Программа «Электронная Россия 2011-2020 гг. // официальный сайт Минкомсвязи // http://minsvyaz.ru/ru/activity/providing_activities/ дата обращения 12.11.2017.

4. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» № 273-ФЗ от 29.12.2012 в последней действующей в 2017 году редакции от 01 мая 2017 года, с изменениями и дополнениями вступившими в силу// Интернет-портал актуальных документов законодательства РФ// https://dokumenty24.ru/zakony-rf/zakon-ob-obrazovanii-v-rf.html дата обращения 13.11.2017.

5. Информационные ресурсы России. Национальный доклад. - М.: Государственный комитет Российской Федерации по связи и информатизации, 2015. – 15 с.

©Кещян С.Г., Титов В.А., 2017

УДК 339.138

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ БРЕНДОВ

Зотов В.В., Миняйлик Е.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В современных условиях конкуренции главным инструментом, позволяющим осуществлять управление предприятием с возможностью перспективного развития, является маркетинг. Любой маркетинг нацелен на удовлетворение потребностей покупателей и целей организации, связанной с получением дохода. Этот процесс включает в себя разработку продуктов, определение их цены с учетом стратегических интересов компании, обеспечение доступности для покупателей при помощи системы дистрибуции и продвижение на рынок с использованием различных элементов маркетинговых коммуникаций [1, с. 56].

Чрезвычайно показателен тот факт, что эффективная маркетинговая деятельность позволила крупным брендам удержать свои позиции на рынке и стать лидерами в своих сегментах сегодня. В связи с этим, основной целью данной статьи является комплексный анализ деятельности транснациональных компаний в сфере маркетинга. В процессе исследования решались следующие задачи: проведение теоретического анализа отечественных и зарубежных источников по направлению маркетинговой деятельности транснациональных брендов, организация сравнительного анализа их маркетинговой деятельности и выявления на их основе аспектов маркетинга, способствующих успешному продвижению бренда на рынок.

Для осуществления цели и исследовательских задач были рассмотрены такие крупные компании, как Coca-Cola, Apple, Nike и Amazon, на примере которых была изучена маркетинговая деятельность и сделаны выводы.

Маркетинг указанных транснациональных фирм основывается на технике целевого маркетинга, который помогает продавцам полнее выявлять имеющиеся маркетинговые возможности [2, с. 15]. Данный метод построен на «трех китах»: сегментирование, таргетинг (выделение целевого рынка) и позиционирование – STP-маркетинг.

Во-первых, сегментация представляет собой разделение рынка по ряду факторов, которые лежат в основе принятия решений. Все

представленные бренды производят сегментирование по географическим, демографическим, психографическим и поведенческим факторам, тем не менее, базовым сегментов берется один-два признака. Например, в основу сегментирования Apple положен образ жизни (психографический признак), так как компания является премиальным брендом в этом сегменте. Как правило, компания ориентирована на городское население с достаточной покупательной способностью для приобретения продукции Apple.

Во-вторых, таргетинг предполагает выявление наиболее привлекательных сегментов рынка и ориентацию на них. Главной задачей таргетинговой стратегии является получение клиентов в выбранном сегменте. Заметим, что бренд Nike использует дифференцированный маркетинг для выделения групп молодежи, взрослых и детей, имеющих интерес к фитнесу и спорту. Он ориентирован на людей от 15 до 30 лет, относящихся к среднему или выше среднего классу по уровню дохода. В то же время продукция Coca-Cola предназначена для разных целевых рынков, не зависящих от дохода и находящихся по всему миру.

В-третьих, еще одним важным стратегическим фактором транснациональных компаний является позиционирование – положение бренда, занимаемое в сознании потенциального покупателя по отношению с аналогичными товарами на рынке. Следует отметить, что позиция бренда определяется дифференциацией товара, которая обеспечивает ему отличие, опираясь на характеристики продукта, цену, качество, дизайн и т.д. В частности, мировой лидер, компания Apple позиционирует себя как символ качества, технологически продвинутый, мощный и эксклюзивный бренд, производящий новаторские продукты, а Интернет-аукцион Amazon позиционирует себя как глобальный сервис, который может работать локально. В электронной коммерции компания считается гигантом, где можно купить что угодно находясь в любом месте.

Из анализа позиционирования следует отметить сам бренд как главное средство дифференциации любого товара или услуги. Сочетание нэйма, слогана, логотипа и общего дизайна обеспечивает мгновенное узнавание и идентификацию в сознании потребителя. Однако в основе создания любого сильного бренда лежит принцип «уникального ценностного предложения», т.е. то, что делает его товар особенным, уникальным. Ярким примером служит компания Apple, идентичностью которой является оригинальность предлагаемых инноваций, которые решают проблемы покупателя, а также постоянное развитие фирмой своих идей на основе пожеланий клиентов.

Известные транснациональные компании имеют свою последовательную корпоративную концепцию, которая имеет непосредственное влияние на позиционирование. Такая концепция предполагает постоянное повышение значимости ценностей бренда в компании и распространение этих ценностей за ее пределы при помощи рекламы, которая, в свою очередь, воздействует на мысли и чувства потребителей, дистрибьютеров, дилеров и др. аудиторий, воспринимающих эту информацию. Говоря об этом, сразу представляется самый узнаваемый бренд мира – Coca-Cola, воплощающий в себе идеи праздника и волшебства. Клиент, покупая продукт этой компании «чувствует вкус жизни». Следовательно, можно сказать, что успешный бренд – это, в первую очередь, разработка и продвижение идеи, которой соответствует товар, а развитие компании задается брендом и его ценностями [3, с. 13].

Важно подчеркнуть, что лидирующие позиционирование предполагает обязательное рассмотрение комплекса маркетинга (КМ, маркетинг-микс), который представляет собой сочетание элементов, обозначаемых как концепция «4Р»: продукт, цена, место и продвижение. Для более наглядного представления понадобится провести анализ комплекса маркетинга выбранных брендов (см. табл. 1).

Проведенный анализ показал, что КМ каждой отдельно взятой компании специфичен, однако есть общие моменты маркетинговой деятельности. У каждого из рассмотренных брендов представлен достаточно большой ассортимент товаров в своем сегменте. Все бренды имеют широкую сеть распространения по всему миру, доступны многих потребителям. Также эти компании используют несколько и более инструментов продвижения, в основном рекламу в различных каналах коммуникации. Большую роль при продвижении таких брендов имеет инструмент «сарафанное радио», которое основывается на личных впечатлениях потребителя от использования товара и готовности посоветовать продукт этого бренда своему окружению.

Таблица 1. – Сравнительная характеристика маркетинг-микса некоторых брендов.

Элемент КМ\Бренд	Coca-Cola	Apple	Nike	Amazon
Product	Газированные напитки, вода, чай, кофе, энергетические напитки	Компьютеры, планшеты, смартфоны, программное обеспечение, часы, телевизоры	Обувь, одежда, аксессуары для всех категорий и видов спорта	Книги, диски, телефоны, приставки, одежда, украшения, инвентарь
Price	Равновесие цен на основе цен конкурента	Премиальное ценообразование	Премиальное ценообразование	Относительно невысокая
Place	Крупная дистрибьюторская сеть по всему миру	Фирменные магазины, розничная торговля, онлайн, внимательный персонал	Ритейл, торговые точки по всему миру, официальные интернет-магазины	Глобальный интернет ресурс
Promotion	Рекламы, различные промо стратегии, стимулирование сбыта, спонсорство	Премиум медиа, акции, «сарафанное радио»	Традиционные медиа, спонсорство	Традиционные СМИ, «сарафанное радио»

Ценовая политика тесно связана с позиционированием и возможностями рынка: если Apple и Nike считаются лидерами по качеству продуктов в своем сегменте и могут устанавливать премиум цену на премиум продукт, то, например, Coca-Cola вынуждена основываться на ценах конкурентов, т.к. рынок напитков является рынком олигополии. В случае с Amazon, магазин устанавливает невысокие цены на продукты, но способен сохранить свои цены конкурентоспособными за счет использования небольшого количества хорошо подготовленного персонала и установлением премиум-аккаунтов с дополнительной платой за быструю доставку.

Анализ маркетинговой деятельности на примере лидеров рынка дает возможность выделить общие аспекты маркетинга, влияющие на успешность бренда:

1. Основной характеристикой продуктов крупных компаний является то, что они имеют качественное или, в случае с техникой и инновациями, технологическое преимущество. Без должного уровня качества ни одна

компания не может рассчитывать на долгосрочный и основательный успех. Высокое качество товаров и соответствующий имидж фирмы обеспечивают высокую прибыль даже при относительно невысоких затратах на маркетинг [4, с. 8]. Качество должно прослеживаться не только в самом товаре и его характеристиках, но и в умении удовлетворять потребности покупателей, качестве обслуживания клиентов, удобстве пользования продуктом, рекламе. Данный показатель является залогом конкурентоспособности бренда и, как следствие, коммерческого успеха компании.

2. Визуальная составляющая бренда является важным элементом в позиционировании товара. Дизайн продукта – это суть вещи, в которую входит все, от внешнего вида, до функциональности и габаритов изделия. Простой логотип, остающийся актуальным на все времена, обеспечивает необходимую узнаваемость товара у потребителя. Дизайн и оформление магазина упрощают принятие решения у клиента и повышают вероятность приобретения. Также важное место занимает упаковка продукта, которая обеспечивает радость и эстетическое удовольствие от покупки. Так, дизайн заставит потребителя сделать выбор в пользу определенного бренда среди конкурентов.

3. Широкая география распространения как составляющая маркетинг-микса необходима, чтобы обеспечивать для потребителей доступность товара. Маркетинг крупных брендов предполагает получение нужного продукта в нужном месте и в нужное время. Присутствие товара везде, где он нужен, должен достигаться посредством хорошо организованной дистрибьютерской сетью, фирменных магазинов, возможностью осуществления покупок через Интернет. Этот фактор необходимо учитывать при составлении комплекса маркетинга.

4. Уникальная ценность продукта позволяет создавать у покупателя ощущение, что они покупают премиальный продукт, олицетворяющий качество и статус. В этом заключается задача всех товаров премиум-класса: заставить своих клиентов чувствовать себя членами избранного сообщества и иметь необходимость в товаре, тогда потребители будут готовы тратить любые средства на приобретение продукции бренда (наглядным примеров служит продукция компании Apple).

5. Обращение бренда к эмоциям покупателей помогает достучаться до потребителей на подсознательном уровне, обеспечивает фирме место в успешном позиционировании. Лидирующие бренды продают не товар как таковой, а идею – состояние счастья и удовлетворенности от использования продукта или услуги. Также можно дать аудитории

нарратив, за который потребитель ухватится, что создаст эмоциональную связь с брендом, вызовет у них отклик, доверие к компании.

6. Маркетинг посредством «сарафанного радио», построенный на том, что компания распространяет настолько ценный продукт, что покупатели рекомендуют его друг другу. При этом у людей нет скрытых мотивов, в отличие от коммерческой рекламы, что способствует популяризации товара в обществе. Распространению такого «радио» могут способствовать различные сувениры от бренда – украшения, плакаты, кружки. Так, создавая фанатов, компания гарантирует себе устойчивой положение на рынке долгие годы.

На основе вышеизложенного можно сделать вывод: успешность бренда складывается из многих параметров, главными из которых является качество товара и его дизайн, маркетинг, в частности концепция «4Р», ценность бренда и обращение к эмоциям потребителей. Если продукт хороший, то потребители сами будут об этом говорить, тем самым создавая товару известность и влияя на имидж бренда (идея, когда товар сам находит своего клиента). Зная эти аспекты маркетинговой деятельности, крупные компании могут использовать их для построения эффективного бизнеса.

Список использованных источников:

1. Арен У. Современная реклама. – М.: Эксмо, 2011. – 880 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Вильямс, 2016. – 752 с.
3. Соколов А. Современные маркетинговые технологии: срез опыта. – 2007. – Рекламные идеи №4. – С.12-13.
4. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: 3В. Уч. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2002. - 496 с.

©Зотов В.В., Миняйлик Е.В., 2017

УДК 31.316

РОЛЬ ЗНАНИЙ И ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Перегудова Т.А.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Современное общество зависит от энергетических, природных, материальных ресурсов, а также информационных. В настоящее время происходит небывалый рост объема информационных потоков. Это касается практически любой сферы деятельности человека. Больше всего

это затрагивает промышленность, торговлю, финансово-банковскую и образовательную сферы. Например, рост объема информации в промышленности привел к увеличению объема производства, росту внутренних и внешних связей хозяйствующих субъектов, усложнению выпускаемой продукции, а также технологий и материалов, используемых в производстве.

Конец XX и начало XXI в. ознаменовался научно-технической революцией, в которой наука стала главной движущей силой развития общества. В связи с этим возникли такие понятия как «общество знания», «открытое общество» и самое известное «информационное общество». Теорию «информационного общества» развивали такие ученые, как М. Порат, И. Масуда, Т. Стоуньер, Р. Кац и др.

В российской науке изучение «информационного общества» началось благодаря таким известным ученым, как Н.Н. Моисеева, А.П. Ершова, А.И. Ракитова.

Само информационное общество можно охарактеризовать тем, что в нем в избытке обращается высокая по качеству информация, а также имеются средства для хранения, использования и распределения этой информации. Главным фактором развития общества является сейчас не материальный продукт, а информационный.

Меняется уклад жизни людей, производство, сменяются ценности, происходит увеличение доли умственного труда – растет спрос на знание, творческое мышление.

Рассмотрим характерные черты информационного общества:

решается проблема переизбытка и недостатка информации;

информационная экономика является главной формой развития;

основой общества является генерирование, обработка, хранение и использование знаний с помощью новых технологий и техники;

создание единой информационной системы;

свободный доступ ко всем имеющимся информационным ресурсам с помощью компьютерной техники.

Можно сказать, что информация стала отличительным признаком современного общества.

Ф. Уэбстер писал: «Нам говорят, что мы входим в информационную эру, что новые «способы информации» превалируют, что мы живем в «электронном обществе» и подходим к «виртуальной экономике», движущей силой которой стала информация, что мы уже существуем в условиях «глобальной информационной экономики» [1].

Как показывают социологические теории, информационное общество зависит от характера получаемой информации, а не от ее объема, так как в основу поведения человека легло теоретическое знание. «Хотя приоритет теоретического знания мало рассматривается в теориях информационного общества, имеется достаточно оснований для того, чтобы считать его отличительной чертой современности» [1, с. 37].

Что же такое знание? Знания – это: знать-как (know-how) – протестированные, доказанные процедуры выполнения чего- либо; знать-кто (know-who) – люди, обладающие соответствующим опытом или ресурсами; знать-что (know-what) – способность различения и выбора ключевых моделей и актуальных действий; знать-почему (know-why) – понимание контекста обширного опыта (видение); знать-когда (knowwhen) – соединение чувств ритма, времени и реализма [3].

Современные специалисты нуждаются во всех видах знаний, если они улучшают деятельность предприятия. Трудно подобрать содержательную и всеобъемлющую классификацию знаний, но очевидно, что организационное знание должно быть основано на понимании и опыте, и кроме того оно должно формировать базу для развития отличительных способностей и деятельности, увеличивающей стоимость продукции хозяйствующего субъекта [2].

Информация предполагает под собою один из основных факторов, который определяет, как будет развиваться технологии и ресурсы в целом. Поэтому важно не только развитие информационных технологий, компьютеризации, но и насколько влияет информатизация на деятельность человека.

Важным понятием в понимании термина «информация» является информационная среда, которая, во-первых, является проводником, который распространяет и преобразует информацию, во-вторых, источником побуждения человека к какой-либо деятельности. В процессе своей жизнедеятельности человек часто взаимодействует с информационной средой, генерируя в ней новые знания и превращая их в информацию, а также получая из нее новые идеи и знания.

Следует также обратить внимание, что особая роль информации в научно-техническом прогрессе привела к пониманию информации как ресурса. Информация в настоящее время является объектом купли-продажи, который определяет общественное достояние, а также образует информационный ресурс общества. Купля – продажа информации несет под собой условный характер. Совершая переход от продавца к покупателю, он все равно остаётся у продавца, а именно не исчезает в

процессе потребления. Благодаря этому сформировался особый рынок-рынок информации.

Напомним еще раз, что знание – это систематизированная информация. С помощью экспертных знаний предприятия могут довести товар до рынка быстрее, с меньшими затратами и эффективнее, чем конкуренты. Поэтому современные компании все чаще начинают относить знания к нематериальным активам. Для наилучшего управления знаниями организациям необходимо уделять внимание не только информационным технологиям, поискам лучшей информации, но и повышать квалификацию сотрудников, разрабатывать эффективную систему управления персоналом и совершенствовать организационную систему.

Список использованных источников:

1. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. 2015. -С. 5,37.
2. Стоунхаус Дж. Управление организационным знанием // Менеджмент в России и за рубежом. 2016. № 1.
3. URL: //http://ab.bl.by/articles/113364.php/-Поиск знаний – как основа управления знаниями

©Перегудова Т.А., 2017

УДК 316.4

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Язовская А.А., Карпова Е.Г.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном мире, диктующем свои условия, стратегия остается искусством, которым должен владеть каждый предприниматель, желающий завладеть долей рынка и выиграть борьбу за прибыль. На данный момент стратегия представляет собой долгосрочный план действий, который направлен на достижение глобальных целей предприятия. Разработка маркетинговой стратегии является одним из ключевых вопросов планирования деятельности организации.

Стратегия – выбор компанией ключевых направлений своего развития, постановка глобальных целей для дальнейшей выработки путей ее достижения. Маркетинговая стратегия – определение того, как фирма участвует в конкуренции. Стратегия продвижения товара – одна из важнейших стратегий, которая имеет большой экономический потенциал и

может изменяться в зависимости от движения рынка, самой экономической среды. Стратегия создает отраслевые позиции фирмы и обеспечивает внутреннюю согласованность ее политики, нацеленную на достижение этих самых позиций. Стратегия определяет способ развития компании, не описывая как именно это будет делать компания [1].

Выделяют следующие основные классификации видов маркетинговых стратегий:

1. В зависимости от стадии развития компании:

− стратегия сохранения существующего положения дел – «статус-кво»;

− ограниченный рост компании, представляющий наименее рискованный и наиболее удобный способ действия;

− стратегия роста компании как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах;

− стратегия сокращения, включающая такие варианты как продажа отделение некоторых видов своей деятельности или продажа части подразделений, сокращение части своей деятельности и переориентация, полная ликвидация предприятия;

− сочетание перечисленных стратегий.

2. В зависимости от доли рынка:

− стратегия лидерства по издержкам, предполагающая низкий уровень издержек на производство товара для широкого круга потребителей по сравнению с продукцией конкурентов, что обеспечивается за счет доступа к инвестициям, усовершенствований производства и простоты изготовления товара, малозатратной системы продвижения и сбыта продукции, эффективной системы управления;

− стратегия дифференциации, при которой продукция компании представляет достаточно уникальные товары с точки зрения потребителей, что возможно за счет маркетинговых возможностей компании, исследовательского потенциала, тесной работы с поставщиками и сбытовой сетью, наличия сегмента потребителей с высокой покупательной способностью;

− стратегия ниши, когда действия сосредотачиваются на ограниченном сегменте потребителей или части выпускаемой продукции, или ограниченном географическом регионе, при которой такая концентрация усилий эффективнее действия на широком поле конкуренции.

3. В зависимости от вида товара и рынка реализации:

− стратегия проникновения на рынок, когда компания усиливает свои усилия на существующем рынке с существующим товаром за счет рекламы и продвижения продукции;

− стратегия развития рынков, при которой компания осваивает новые географические рынки, новые сегменты потребителей, новые каналы сбыта и предлагает им существующий товар;

− стратегия развития товара, основанная на разработке и совершенствовании своей продукции для существующих потребителей на существующих рынках;

− стратегия диверсификации, предусматривающая продвижение новых товаров на новых географических и целевых рынках.

4. В зависимости от конкуренции и расширения рынка:

− стратегия конкуренции, когда рост объема продаж происходит за счет уменьшения доли конкурентов на существующем рынке;

− стратегия расширения рынка, подразумевающая создание нового рынка или увеличение емкости существующего за счет изменения способов и норм использования предлагаемого товара, поиска новых групп потребителей;

− стратегия продвижения товаров на рынке [2].

Стратегия продвижения любого продукта требует участие определенной группы экспертов, узких специалистов в разных областях. Маркетинговая стратегия продвижения выявит конкурентоспособность товара, структуру рынка и возможные тенденции развития продукта, принципы ценообразования и прочее. На основе стратегии продвижения услуг будет выявлен принцип целевого и ценового позиционирования. При составлении стратегии будут выявлены слабые и сильные стороны компании, возможности конкурентов, отношение компании с клиентами и партнерами.

Стратегия позволяет сделать прогноз будущего развития компании с учетом состояния рынка и ресурсов самой компании. С помощью стратегии продвижения продукции можно дать оценку существующим рыночным рискам и возможностям, найти способы продвижения на уже занятые ячейки рынка или, наоборот, выявить свободные ниши.

Стратегия продвижения системы интегрированных маркетинговых коммуникаций представляет собой комплекс маркетинговых работ по стратегии продвижения. Он включает в себя описание целевого сегмента, позиционирование, структуру бренда, каналы распространения маркетингового обращения и медиаплан [3].

К основным стратегиям продвижения товара на рынок относят:

1. «Протягивающее продвижение». Оно предполагает стимулирование спроса на рынке производителем самостоятельно, без помощи дистрибьюторов. В этом случае потребитель сам должен спрашивать ваш товар у дистрибьюторов. Сделать это можно при помощи инструментов продвижения (реклама, PR, стимулирование сбыта, личные продажи, прямой маркетинг). Здесь в стратегии продвижения необходимо прописать все используемые инструменты и сроки их использования. Как правило, данная стратегия используется на последнем этапе создания товара, чтобы к моменту поступления у потребителя было создано то или иное мнение о нем.

2. «Проталкивающее продвижение». В этом случае нужно сделать так, чтобы дистрибьюторам было выгодно продавать именно продвигаемый товар. Это можно сделать, например, при помощи скидок торговым представителям. Осуществляя данный вид стратегии продвижения товара, необходимо тщательно проработать два основных вопроса: подготовку персонала, который будет вовлечен в систему продвижения, и разработку оптимальной системы предоставляемых скидок. Персонал должен обладать полной информацией о товаре, быть активным, дружелюбно настроенным, но при этом не навязчивым. Система скидок разрабатывается с учетом возможного долгосрочного сотрудничества, поэтому изначально не предлагается довольно высокая скидка. В данном случае лучше придерживаться постепенного увеличения по мере роста объема закупок или срока сотрудничества [4].

Для того чтобы осуществить эффективное продвижение товара на рынок, необходимо выбрать определенную стратегию. Выбор стратегии обуславливается стадией развития компании, занимаемой долей рынка, видом товара и рынка реализации, конкурентоспособностью фирмы.

Принципиальное различие стратегий «протягивающее продвижение» и «проталкивающее продвижение» в том, что первая подразумевает массированное стимулирование продаж уже готовой разработанной продукции, а вторая основана на поставке продукции в соответствии с запросами конечных потребителей.

Маркетинговая стратегия – скрупулезный анализ всех существующих составляющих, в котором нет мелочей или ненужных пунктов. Стратегия маркетинга в целом – это воплощение комплекса доминирующих принципов, конкретных целей маркетинга на длительный период и соответствующих решений по выбору и агрегированию средств организации и осуществления на рынке ориентированной на эти цели деловой активности.

Список использованных источников:

1. Васильев Г. А., Гайдаенко Т. А. Маркетинг: учебное пособие для вузов. – М., 2012.
2. Сафронова Н., Корнеева И. Маркетинговые исследования: учебное пособие. – М., 2012.
3. Киреев И. В. Содержание отдельных составляющих маркетингового комплекса компаний, работающих в сфере товаров и услуг // Маркетинг в России и за рубежом. 2008. № 3.
4. Беляев В. И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник. – М., 2010.

©Язовская А.А., Карпова Е.Г., 2017

УДК 339.138

УПАКОВКА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: КРИЗИС ИЛИ РАСЦВЕТ

Харина И.С., Чугунов А.Е.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Спустя три года после введения санкций против России в Европе решили подвести неутешительные итоги развязанной США экономической войны. Оказалось, что главным проигравшим в ней стал Европейский Союз, который потерял 30 млрд. евро. К такому выводу пришел Австрийский институт экономических исследований Wifo, подсчитавший убытки ЕС по заказу Европарламента. Начиная с 2013 года, объемы поставок товаров из Евросоюза в РФ сократились более чем на треть – со 120 млрд. евро до 72 млрд. евро. На момент начала экономического эмбарго Россия была четвертым торговым партнером ЕС, а европейский экспорт рос в среднем на 8% в год. Если в финансовом плане больше всего пострадали Германия, Польша, Великобритания и Франция, то в процентном отношении антилидером стала Южная Европа. Германия потеряла 11,1 млрд. евро, или 13,4% своего экспорта, в то время как Кипр утратил треть своего бизнеса с Россией, а Греция и Хорватия – свыше 20%.

Финансовые потери Евросоюза усугубляются ещё и тем, что Россия, наоборот, нашла выход из санкционной удавки, демонстрируя устойчивый экономический рост в 1,7%. За годы кризиса в отношениях с Западом Москва рекордными темпами увеличила свои золотовалютные резервы, сместив акцент с доллара на золото. За три года российский Центробанк закупил 700 тонн золота, нарастив его запасы до 1716 тонн, в то время как

валютные запасы были увеличены в шесть раз – с 70 млрд. долларов до 420 млрд долларов. Таким образом, немецкое издание пришло к выводу о полном провале идеи поставить Россию в затруднительное положение при помощи санкций. Экономическое давление вызвало непредсказуемый обратный эффект, при котором Россия начала активно снижать свою зависимость от Запада. Что же происходит с потребительской упаковкой в это время, какие тренды проявились на международном и российском рынке попытаемся выяснить ниже [2, с. 28].

Потребительские тренды на отдельных рынках могут совпадать с глобальными, могут отличаться темпами развития, а иногда под влиянием локальных факторов могут идти в разных направлениях по сравнению с глобальными. И все же основные мировые тренды актуальны как в глобальном масштабе, так и для локальных рынков.

По итогам глобального исследования GfKConsumerLife (Жизнь потребителя) мы выделили шесть наиболее актуальных глобальных потребительских трендов:

- Стремление к безопасности потребления
- Сознательное потребление
- Опыт важнее обладания
- Взаимовлияние потребителей
- Экологичность потребления
- Жилище становится домом.

А на основе Всероссийского опроса GfK мы определили шесть российских потребительских трендов:

- Снижение потребительского потенциала
- Привыкание к кризису
- Рационализация потребления
- Рост потребительского патриотизма
- Интернетизация потребления
- Улучшение отношения к рекламе.

Посмотрим, как меняются потребительские мегатренды во времени, и как они переплетаются с российскими реалиями. За последние три года тенденции потребительского рынка в России определялись в основном текущим экономическим кризисом. В этой связи основным трендом, начиная с конца 2014 года, является снижение потребительского потенциала населения. Уже в 2014 году реальные доходы на душу населения снизились по сравнению с 2013 на 0,8%. В 2015 и 2016 годах реальные доходы упали соответственно на 4,0% и 5,9% по сравнению с

предыдущим годом. В первом полугодии 2017 г. реальные доходы снизились еще на 1,4%.

Снижение потребительского потенциала определило практически все остальные потребительские тренды последних трёх лет, вторым из которых стала рационализация потребления, а проще говоря, практичность выбора и стремление населения экономить на всём и вся. Прежде всего, это выразилось в отказе от тех или иных запланированных ранее покупок. Это отмечают 3/4 опрошенных нами респондентов. Увеличилась ценовая чувствительность россиян, и как следствие – эластичность спроса. По данным Всероссийского опроса GfK, чаще всего потребители заявляют, что готовы отказаться от крупных покупок, ювелирных украшений, путешествий, походов в бары и рестораны, покупки автомобилей и недвижимости. Кроме того, во 2 квартале 2017 года впервые усилился запрос потребителей на экономию в «неэластичных» категориях, таких как расходы на мобильную связь, транспорт, товары повседневного спроса и даже коммунальные услуги. Очевидно, что решения, которые помогут россиянам экономить на связи, транспорте, коммунальных услугах и при покупке продуктов питания, будут в выигрыше. Более 85% находятся в постоянном ожидании повышения цен на продукты питания.

Впервые в условиях кризиса снизилось потребление продуктов питания: в 2016 году объем покупок в натуральном выражении снизился на 1,3% по сравнению с 2015 г. В 2017 году тренд на сокращение потребления замедлился. Тем не менее, по ряду значимых категорий продолжается сокращение объемов покупки. Основные способы экономии при покупке продуктов питания – это поиск дешевых магазинов, покупка товаров по промо акциям, составление списков покупок, покупка товаров в больших упаковках, изучение рекламных листовок в поисках выгодных предложений.

Еще один локальный потребительский тренд можно обозначить, как привыкание к жизни в условиях кризиса. Россияне смирились с тем, что кризис надолго. Более половины россиян считают, что кризис продлится 3-4 года и более, и это несмотря на номинальный рост экономики России, который отмечается аналитиками во втором квартале 2017 года. Можно сделать вывод о том, что в сознании потребителя нынешнее состояние экономики – новая норма.

Но даже в этих довольно «пасмурных» условиях потребительские настроения постепенно начинают улучшаться. Если в феврале 2016 года индекс потребительских настроений составлял всего 69 пунктов на 200-бальной шкале, то в июне 2017 года поднялся до 104 пунктов и вот уже

полгода держится в позитивной зоне. Стоит отметить, что в основном Индекс поднялся за счёт потребительских ожиданий (110 пунктов), а не за счёт высоких оценок текущего состояния экономики и собственных финансов (97 пунктов). Из хороших новостей – к июню 2017 года меньше людей стало заявлять, что кризис коснулся их лично [1, с. 30-33].

Таким образом, россияне приспособились к кризису, применив стратегии экономии, став практичнее и рачительнее. И, хотя настроения стали улучшаться, кризисное мышление прочно засело в головах потребителей.

Так как же все тренды повлияли на потребительскую упаковку? Сейчас постараемся это выяснить.

Упаковка – это первое, что бросается в глаза потенциальному покупателю. Ее дизайн требует постоянного обновления, чтобы максимально сфокусировать внимание потребителей на конкретном продукте.

1. Предельная простота, выделяющаяся на перенасыщенном информацией рынке;

2. Философия геометрии, выражающая простоту, доступность и честность через узоры и формы.

3. Стремление воспроизвести «богатое прошлое».

4. Внимание к жизни упаковки после покупки. Создание упаковки, которая будет продолжать жить в доме покупателя после использования.

Создание привлекательной этикетки, упаковки в этом году, предусматривает соблюдение следующих правил.

Минимализм. На сегодняшний день, минимализм выглядит довольно роскошно, выигрышно среди других упаковок. Кроме этого, подчеркнуть индивидуальность продукции можно с помощью оригинальных шрифтов и материалов для упаковки.

Ностальгия. Специально подобранный шрифт, а также рисованный стиль этикетки вызывает теплые воспоминания из детства.

Рукописный шрифт. Выделить продукцию можно также с помощью рукописного шрифта, который выделяется из общей массы.

Повторяющиеся узоры. Различные смелые узоры, которые повторяются, также привлекают внимание покупателей.

Абстрактная конструкция. Для создания абстракций, дизайнеры используют различные цвета, контрасты, с помощью которых удается осуществление цели привлечь потребителя.

Креативный цвет. Цвет воздействует подсознательно на восприятие человека. Как правило, подобрав удачный цвет для упаковки продукта,

удается сделать продукт более популярным и востребованным. На сегодняшний день, довольно популярно сочетание яркого белого цвета с узорами из насыщенных ярких контрастов.

Как видите, упаковка играет довольно значимую роль в популярность определенной продукции. Используя знания о новых современных тенденциях в сфере дизайна упаковок, вы сможете сделать продукцию еще более востребованной. Если говорить сугубо о российской специфике, то здесь основные следует основываться на экономической и социальной ситуации последних лет. Бум, связанный с импортозамещением и санкционной волной давно закончился, а вот отголоски остаются – потребитель научился быть прагматичным и не брезгует брендами с ярко выраженной российской идентичностью.

Список использованных источников:

1. Дубцов, Г.Г. Товароведение продовольственных товаров: Учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Г.Г. Дубцов. - М.: ИЦ Академия, 2013. - 336 с.

2. Елисеева, Л.Г. Товароведение и экспертиза продуктов переработки плодов и овощей: Учебник / Л.Г. Елисеева, Т.Н. Иванова, О.В. Евдокимова. - М.: Дашков и К, 2012. - 376 с.

3. Жебелева, И.А. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: Методические рекомендации по подготовке и защите выпускной квалификационной работы: Учебное пособие / В.И. Криштафович, И.А. Жебелева, В.И. Заикина; Под ред. В.И. Криштафовича. - М.: Дашков и К, 2012. - 184 с.

4. Борисова Е.Г. Прогноз с первого взгляда (о прогнозировании коммуникативной эффективности рекламного сообщения) // Реклама: теория и практика. – 2010. - № 5. – С. 318-323.

©Харина И.С., Чугунов А.Е., 2017

УДК 352

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

Горцева И.О.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Органы местного самоуправления играют важную роль в процессе развития общества. Их основной целью является улучшение качества

жизни местного населения и увеличение его вклада в развитие всей страны.

Данная задача требует от муниципальной власти эффективного управления ресурсами и процессами, относящимися к ее полномочиям.

Доверие населения к работе властных структур прямо зависит от эффективности государственного управления, которое предполагает согласованность целей и средств деятельности всех органов. Такая системность формирует своеобразный кругооборот в системе государственного управления, порождает к нему доверие общественности и стимулирует управленческие процессы.

Цель административной реформы, которая проводится в нашей стране, направлена на совершенствование оценки эффективности деятельности органов муниципального управления, повышение качества и доступности государственных услуг.

В течение всего периода существования российской системы оценки эффективности в нее вносятся поправки, касающиеся методики расчета комплексного показателя, перечней критериев, проведения опросов населения.

Основными характеристиками системы оценки эффективности деятельности органов МСУ можно назвать:

критерий комплексной оценки эффективности, включающий конкретные данные и субъективную оценку народонаселения деятельности органов МСУ;

показатель комплексной оценки эффективности, учитывающий объем показателя и темп его роста;

для оценки эффективности используются абсолютные (предположим, среднегодовая численность постоянного населения) и относительные (объем инвестиций в основной капитал в расчете на одного жителя) показатели.

Целью системы оценки эффективности является определение единых подходов к организации мониторинга эффективности деятельности органов МСУ муниципальных районов и городских округов для выявления динамики изменения показателей, которые характеризуют качество жизни, уровень социально-экономического развития муниципального образования, степень внедрения прогрессивных принципов и способов управления, обеспечивающих переход к наиболее результативным моделям муниципального управления.

Не все характеристики объективно отражают успешность работы органов МСУ. На некоторые из них огромное влияние оказывают внешние

факторы (например, развитие предпринимательской активности). Утверждение о том, что темпы развития малого бизнеса прямо зависят от объема выделяемых органами МСУ бюджетных средств, спорно. Также критично можно подходить и к оценке других характеристик, к примеру, уровня собираемости платежей за предоставленные жилищно-коммунальные услуги, удовлетворенности населения медицинской помощью и т.д. Поскольку предпринимательство основывается на индивидуальной инициативе, немаловажное значение для его развития имеет сформированная с активной помощью предпринимателей бизнес-среда.

Дефицит местных бюджетов тоже порождает проблемы при оценке эффективности деятельности органов МСУ. Нередко расходы местных бюджетов не отражают реальные потребности органов местного самоуправления в финансовом обеспечении возложенных на них обязанностей [1, с. 35].

Оценка эффективности деятельности органов МСУ предполагает организацию статистической работы в муниципалитетах. Между тем, надежная и полноценная статистическая информация в муниципальных образованиях по существу отсутствует. Сбор статистических данных не включен в перечень вопросов местного значения. И включить его в расходные обязательства местного бюджета самостоятельно муниципалитеты не вправе [2, с. 151].

Несмотря на то, что федеральный закон «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики Российской Федерации» № 282-ФЗ обеспечивает органам МСУ беспрепятственный доступ к базе статистических данных, которые характеризуют положение социальной сферы муниципального образования и экономики, в действительности все обстоит иначе: органы государственной статистики действительно готовы дать всевозможные сведения, но за плату.

Оценка эффективности деятельности органов МСУ необходима. Главное, чтобы процедура эта не превратилась в еще одну форму отчетности муниципалитетов. Чтобы избежать этого можно воспользоваться опытом Великобритании. На основании Акта о местном самоуправлении там несколько лет назад разработали систему исполнения органами МСУ взятых ими на себя обязательств. Так называемая концепция оценки эффективности применения средств по принципу «качество за деньги» позволила «худшим» муниципалитетам, а это приблизительно четверть всех органов МСУ страны, улучшить показатели

своей деятельности в среднем на 70% и сократить отрыв от наиболее успешных муниципалитетов.

Некоторые регионы России уже перешли от разработки показателей эффективности к определению индикаторов эффективности, которые схожи для всех муниципалитетов – муниципальных районов или городских округов с похожими условиями функционирования.

Проблемами разработки и формирования системы индикаторов, показателей социально-экономического развития муниципальных образований занимаются различные независимые исследователи и аналитические центры. В качестве примера можно привести систему критериев и индикаторов, необходимых для организации мониторинга социально-экономических процессов города. Данная система включает в себя шесть основных блоков:

жилой фонд, характеристика населения и инженерные коммуникации;

характеристика рабочих мест;

градообразующие предприятия и организации инфраструктуры;

распределение городских земель;

материальные и финансовые балансы, состояние окружающей среды [3].

Следующий шаг в развитии системы оценки эффективности деятельности органов МСУ – разработка федеральных и региональных нормативов денежного и ресурсного обеспечения выполнения конкретных стандартов и процедур повышения качества муниципальных услуг – будет оказывать содействие решению множеству проблем, увеличению размеров нормативов отчислений федеральных и региональных налогов в местные бюджеты.

Исходя из вышеизложенного, сформулируем следующие предложения по совершенствованию оценки эффективности деятельности органов МСУ:

внести изменения в методику оценки эффективности деятельности органов МСУ, определить для муниципалитетов региональные поправочные коэффициенты, учитывающие их отдаленность от центра, климатические характеристики;

разработать способ оценки размера бюджетных средств, которые необходимы для обеспечения расходных обязательств муниципальных образований и сбалансированности местных бюджетов;

разработать механизм компенсации затрат местных бюджетов, связанных с выполнением органами МСУ переданных им государственных полномочий;

государственным органам статистики предоставлять муниципальным образованиям достоверную статистическую информацию на безвозмездной основе.

Список использованных источников:

1. Годнев Е.В. Чего мы ждем от системы менеджмента качества в органах местного самоуправления? // Стандарты и качество. 2008. № 11. С.37.

2. Гомола А. И. Правовые основы государственного и муниципального управления. - М.: Академия, 2016. - 336 с.

3. [Электронный ресурс] pravo.bo.ru/245844 [дата обращения 18.11.2017 -Система индикаторов, необходимая для организации мониторинга социально-экономических процессов].

©Горцева И.О., 2017

УДК 338.487:339.138

СОВРЕМЕННЫЕ СРЕДСТВА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТИ В ГОСТИНИЧНОМ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Алексеева В.А., Попел А.Е.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В России ежегодно достаточно быстрыми темпами растет количество гостиниц и предприятий общественного питания, что, соответственно, создает на рынке жесткую конкуренцию. В настоящее время в Москве наблюдается высокий уровень конкуренции между гостиничными предприятиями, представляющими услуги различного класса, а также предприятиями общественного питания.

Конкуренция – сильный стимул для улучшения работы гостиничного и ресторанного бизнеса. Это обстоятельство, в свою очередь, обуславливает необходимость внесения адекватных изменений в систему и методы управления данными предприятиями независимо от их размеров и класса предоставляемых услуг. При этом во всех сферах их деятельности (управление, маркетинг, финансы, обслуживание клиентов, качество услуг,

кадровый потенциал и др.) заложены резервы повышения конкурентоспособности.

В связи с постоянно возрастающей конкуренцией между гостиницами и гостиничными сетями, а также предприятиями общественного питания неизбежным является:

Необходимость повышения результативности работы гостиничных комплексов и ресторанов;

Внедрение инновационных методов и технологий в деятельность гостиниц и управление ими;

Повышение качества обслуживания клиентов, повышение профессионализма сотрудников и т.п.

Все это позволит гостиничным комплексам достичь конкурентных преимуществ.

В гостиничном хозяйстве слово «сервис» означает систему мер, обеспечивающих высокий уровень комфорта, удовлетворяющих самые разнообразные бытовые, хозяйственные и культурные запросы гостей. И с каждым годом эти запросы и требования к услугам повышаются. И чем выше культура и качество услуг и обслуживания гостей, – тем выше имидж гостиницы, тем привлекательнее она для клиента и, что не менее важно сегодня, тем успешнее функционирование гостиницы.

Если раньше считалось, что большой имеет лучшие шансы победить в конкуренции по сравнению с маленьким, то теперь все более ясным становится факт, что преимущества в конкурентной борьбе получает более быстрый. Ускорение изменений в окружающей среде, появление новых запросов, и изменение позиции потребителя, возрастание конкуренции за ресурсы, интернационализация бизнеса, появление новых, зачастую совершенно неожиданных возможностей для осуществления бизнеса, развитие информационных сетей, делающих возможным молниеносное распространение и получение информации, широкая доступность современных технологий, изменение роли человеческих ресурсов, а также ряд других факторов, привели к резкому возрастанию значения управления конкурентоспособностью товара и в целом фирмы.

Одним из основных направлений формирования стратегических конкурентных преимуществ в гостиничном и ресторанном бизнесе является предоставление услуг более высокого качества по сравнению с конкурентами. Необходимой составляющей качества гостиничной услуги является качество обслуживания, уровень которого обеспечивается коллективными усилиями работников всех служб гостиницы, постоянным и эффективным контролем со стороны администрации, проведением

работы по совершенствованию форм и методов обслуживания, изучению и внедрению передового опыта, новой техники и технологий, расширению номенклатуры и совершенствованию качества предоставляемых услуг.

В современных условиях предприятия индустрии гостеприимства и питания не могут больше опираться только на малоэффективные методы хозяйствования, но и должны в своей деятельности использовать международный опыт формирования собственных конкурентных преимуществ.

Направлениями повышения конкурентоспособности гостиниц и предприятий общественного питания будут являться:

укрепление репутации и повышение имиджа предприятия путем формирования фирменного стиля, корпоративной культуры, улучшения социально-психологического климата внутри предприятия и другими возможными мерами;

повышение эффективности использования кадрового потенциала предприятия за счет проведения целенаправленной кадровой политики и совершенствования системы управления персоналом;

укрепление финансового состояния путем улучшения управления и повышения эффективности использования финансовых ресурсов предприятия;

повышение эффективности менеджмента и качества управленческих решений, построение рациональных организационных структур управления гостиничным предприятием и его подразделениями, обеспечение четкого распределения функций управления по уровням менеджмента и по должностям внутри каждого уровня, что позволит четко распределить ответственность между руководителями различных уровней управления;

повышение квалификации управленческого персонала, специалистов и прочих служащих, связанных с протекающими в гостиничном предприятии и предприятии общественного питания бизнес-процессами.

Следует отметить, что однонаправленные меры, например, ориентированные только на маркетинг или только на финансовое оздоровление, не дадут желаемого эффекта повышения конкурентоспособности. Всегда, при разработке стратегических и оперативных решений необходимо учитывать все факторы, влияющие на конкурентную позицию предприятия. Это означает, что меры по повышению конкурентоспособности должны быть комплексными и нацеленными не только на создание внешнего имиджа и лоска

гостиничного предприятия, но и на формирование в сознании персонала ответственности за репутацию предприятия и успех его деятельности.

В условиях все возрастающей конкуренции на рынке услуг гостеприимства и ресторанного бизнеса проблема обеспечения конкурентоспособности предприятия и его услуг становится особенно значимой. При этом необходимым является определение группы факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность отдельно взятого предприятия.

Следует учесть, что в гостиничном и ресторанном бизнесе, первостепенное значение имеют внутренние факторы обеспечения конкурентоспособности, такие как качество оказания услуг, качество и культура обслуживания гостя, обеспечение безопасности его проживания и др.

Конкурентоспособность – это не постоянная категория, действующая весь период существования предприятия на рынке, а испытывающая на себе постоянное влияние внешней среды, т.е. изменения потребительских предпочтений, действий конкурентов, партнеров по бизнесу, а также многочисленных факторов макросреды (степень развития туризма, демографическая структура населения, экономическое развитие того или иного региона, изменение политической ситуации и социальной обстановки и др.).

Эти обстоятельства требуют регулярной оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и его услуг.

Список использованных источников:

1. Ануфриев О.В. Отраслевые особенности предприятий общественного питания // Вестник СамГУПС. – 2010. – № 4. – С. 67а-71.

2. Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014.

©Алексеева В.А., Попел А.Е., 2017

УДК 37

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ В СИСТЕМУ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Феклисова А.А., Носова Д.А.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

На современном этапе уровня образования необходимо вести интенсивный поиск и внедрять новые формы и методы обучения студентов. Необходимость поиска связана с тем, что преподаватель распространяет знания и навыки, ориентируясь на собственный опыт, но не учитывает, что студенты таковым не обладают, от того интерес студентов к какой-либо изучаемой дисциплине стремительно падает.

Таким образом, основной задачей качественной образовательной системы должно стать достижение устойчивого интереса студентов. Инновационные методы и технологии помогут научиться применять знания в приближении учебного процесса к практике повседневной жизни, формировании навыков коммуникаций. Данные методы предусматривают рассмотрение творческих подходов к пониманию дисциплины, а также привить умение искать нестандартные решения стандартных проблем. В процессе обучения по такой системе важно развивать творческие способности у студентов: креативное мышление, умение оценивать, быстро адаптироваться к изменчивым потребностям [4].

Актуальностью исследования является уровень владения преподавателями инновационными методами. Целью – изучение и формирование эффективных методов ведения занятий с использованием интерактивных методов.

Задачи: сформировать интерактивный процесс ведения занятий. Образование должно стать интересным и увлекающим процессом, способствующим личностному и профессионально росту человека, а не формальной процедурой для получения аттестата.

Выделяют три формы взаимодействия студентов и преподавателей [4]:

1. Пассивные. При этой форме взаимодействия преподаватель выступает основным действующим лицом и управляет ходом занятия, а студенты выступают в роли пассивных слушателей.

2. Активные. При этой форме студенты являются активными участниками занятия.

3. Интерактивные – студенты взаимодействуют не только с преподавателем, но и друг с другом.

Интерактивное обучение в первую очередь является диалоговым обучением, в процессе которого студент находится в комфортных условиях для обучения, чувствуют свою интеллектуальную состоятельность, что делает эффективным весь процесс обучения.

Интерактивные методы обучения ставят перед собой следующие основные задачи [1]:

разбудить интерес студентов к самообразованию и дисциплине;

сформировать у студентов собственное мнение и умение отстаивать свою позицию;

сформировать профессиональные, коммуникативные и профессиональные навыки;

помочь эффективно усвоить материал;

научить студентов самостоятельно решать поставленные задачи, искать различные пути их решения, выбирать оптимальный, уметь обосновать свое решение;

установить активное взаимодействие между студентами, привить умение работать в коллективе.

На основе опросов студентов основными проблемами в образовательном процессе на данный момент являются незаинтересованность преподавателей в качественном изложении учебного материала, а также отсутствие использования инновационных методов в преподавании.

В современной системе обучения уровень владения инновационными методами низкий. Это явление объясняется несколькими фактами:

слабая педагогическая подготовка преподавателей;

отсутствие педагогической подготовки;

невысокая заработная плата;

незаинтересованность студентов в учебе.

Для того чтобы внедрить инновационные методы обучения на интерактивном занятии, следует придерживаться определённых принципов работы.

Занятие не должно быть скучной и монотонной лекцией, а должно являться взаимодействием студентов с преподавателем, а также студентов друг с другом.

Все студенты должны быть равны, независимо от возраста, социального статуса, места работы и т.д.

У каждого студента должно быть право на его личное мнение, а также право его высказать. Критика приветствуется. Однако критике должна подвергаться идея, а не сама личность, выдвинувшая ее.

Данная на занятии информация не является руководством к действию, а является лишь информацией к размышлению. Следуя данным принципам, и преподаватель, и студенты получат максимальный эффект от интерактивных занятий.

В образовании различают различные интерактивные формы [3]:

метод «круглого стола»;

диспуты;

мозговой штурм;

деловые и ролевые игры;

анализ конкретных ситуаций;

тренинги, мастер классы.

Метод «круглого стола». Основная направленность этого метода заключается в том, что в ходе диалога должны обсуждаться две-три проблемы по обсуждаемой теме. Мнения, а также высказанные предложения полагается иллюстрировать с помощью различных наглядных материалов: графиков, диаграмм, схем и др. Выступающие студенты должны быть тщательно подготовлены по заданной теме, им необходимо доказывать, аргументировать.

Основываясь на дискуссии, этот метод позволяет диагностировать проблему, изменять ее установки всему коллективу. Возможность сопоставлять информацию и взгляды с разных сторон стимулирует творческий подход к поиску решения поставленной проблемы. Немало важным является в этом методе умение слушать и слышать собеседника, их корректность и умение преподавателя проводить дискуссию. Данный процесс также развивает навыки коммуникаций.

Также, формой круглого стола являются дебаты, главными принципами которых являются свободное высказывание, обмен мнениями по заданной теме.

Группа студентов делится на две подгруппы. Особенностью данной формы является результат, при котором даётся однозначный ответ на заданный вопрос – да или нет. Первая подгруппа – утверждающие, вторая – отрицающие. Во время дебатов участники аргументируют, приводят примеры и факты, поясняют, доказывают разную информацию и т.д.

Из этого можно сделать выводы, что дебаты формируют умение отстаивать собственную позицию, улучшают коммуникативные навыки, увеличивают способность к работе в команде и проявлению лидерства, а

также организаторские навыки и навыки публичных выступлений. Во время дебатов участники приобретают исследовательские навыки, так как их точка зрения должна быть аргументирована и доказана с помощью конкретных примеров, для приведения которых необходимо владеть знанием определённых источников и литературы [2].

Метод мозгового штурма используется для поиска нестандартных решений разнообразных задач. Участникам следует предлагать как можно больше вариантов решения, а после руководителям выбирать наиболее удачные и применяемые в жизни из них.

С помощью этого метода формируется новаторский подход к решению задач, и за короткий период времени рождается максимальное количество идей. Мозговой штурм развивает творческий мыслительный процесс, фантазию, способность к расслаблению и удовлетворению от предложений собственных идей.

Отсутствие критики – основной принцип при проведении мозгового штурма, потому что творческий потенциал не приемлет критики, и мыслительные рамки участника могут ограничиться.

По итогу проведения мозгового штурма принимается оптимальное решение поставленной задачи, с помощью модификации и комбинации всех предложенных идей.

Деловая игра воссоздаёт в профессиональной деятельности предметное и социальное содержание. Важная часть деловой игры – это моделирование систем отношений, различных условий профессиональной деятельности. Это помогает студентам приобрести компетентность и деловые навыки до начала карьеры.

Самообучение участников осуществляется в процессе их совместной деятельности, также в деловой игре каждый участник решает определённую задачу в соответствии со своей функцией и ролью. Общение и усвоение знаний в процессе деловой игры помогает приобрести навыки сотрудничества.

По методам проведения деловые игры делятся на: луночные (игра проводится на специальном поле, правила твёрдо определены, а результаты вносятся в бланки), ролевые игры (каждый участник имеет определённую роль и задачу), групповые дискуссии (прививаются навыки групповой работы и правила проведения деловых совещаний), имитационные деловые игры (формируют у студентов поведенческие навыки в определённых условиях).

Мастер-класс – метод индивидуальной работы в маленьких группах, с помощью которого производится обмен мнениями и опытом. Идеей

данного метода является активное участие студентов в решении проблемы через воспроизведение разнообразных ситуаций, при этом процесс познавания гораздо важнее, чем само знание. Методы, технологии и формы работы предлагаются студентам, но не навязываются студентам. Взаимодействием на мастер-классах являются сотрудничество и совместный поиск оптимальных решений, что раскрывает творческий потенциал всех участников мастер-класса (студентов и преподавателей).

Основной целью является профессиональное, интеллектуальное и эстетическое воспитание, и обучение студентов профессиональному научному языку.

Следовательно, интерактивные методы помогают студентам установить эмоциональные контакты друг с другом, развивают коммуникативные навыки, способствуют возможности нестандартно мыслить и отстаивать свою точку зрения, развивают креативность, улучшают навыки работы в команде, мотивируют студентов к саморазвитию и самообучению, раскрывают творческий потенциал. Применение интерактивных методов в обучении снижает уровень нервного напряжения студентов, позволяет учащимся вникнуть в ключевые вопросы и темы занятий.

Инновационные методы играют значительную роль в формировании личностных качеств будущего специалиста. Они помогают студентов иначе воспринимать новые знания, интерпретировать их как полезные знания, которые пригодятся на практике, позволяют приобрести более высокий уровень социальной активности.

Главная отличительная черта интерактивных методов в системе образования – это проявление обучающимся инициативы в процессе обучения. Процесс получения знаний будет приобретать для каждого студента личную значимость, что поможет ему научиться решать проблемы самостоятельно.

Для введения инновационных подходов и методов в преподавании для начала необходимо искоренить устоявшиеся стереотипы и привычки проведения лекций у преподавателей. Также, существует необходимость переориентировать традиционные подходы к работе со студентами, что позволит их активно привлекать к развитию самостоятельного мышления, умственных способностей и умению анализировать.

Список использованных источников:

1. Маликова Н.Р. О некоторых инновационных методах преподавания социологии // Социс, 2010, № 2.

2. Сорокин Н.Д. Об инновационных методах в преподавании социологических курсов // Социс, 2012, № 8.

3. Педагогика и психология высшей школы: Учеб. пособие для вузов / М.В. Буланова-Топоркова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2013.

4. Dr. Damodharan V. S. ACCA, AICWA and Mr. Rengarajan.V AICWA, Innovative Methods of Teaching.

©Феклисова А.А., Носова Д.А., 2017

УДК 65.656

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ РАЗВИТИЯ ДОРОЖНО-ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Трошина М.М., Ливанский М.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Транспорт во все времена играл для нашей страны с ее колоссальной территорией особую роль. На сегодняшний день дорожное хозяйство в России является важным элементом дорожно-транспортной инфраструктуры, является межотраслевой системой, которая преобразует условия жизнедеятельности всего общества и отдельных субъектов хозяйства.

Транспортные коммуникации объединяют все районы страны, что является необходимым условием ее территориальной целостности, единства ее экономического пространства. Они связывают страну с мировым сообществом, являясь материальной основой обеспечения внешнеэкономических связей России, и ее интеграции в глобальную экономическую систему. Экономический рост, повышение конкурентоспособности национальной экономики и качество жизни населения – все эти условия обеспечивает транспортная система.

В Постановлении Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. №319 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие транспортной системы» говорится, что «Государственная политика Российской Федерации в сфере транспорта на долгосрочный период направлена на создание условий для решения модернизации экономик и общественных отношений, определена в указах Президента Российской Федерации, посланиях Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации, Основных

направлениях деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2018 года, Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020г., утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008г. № 1662-р, Транспортной стратегии Российской Федерации на период до 2030 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации 22 ноября 2008 г. № 1734-р, Стратегии развития железнодорожного транспорта в Российской Федерации до 2030 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 июня 2008 г. №877-р.» [1, с. 50].

По состоянию на 1 января 2017 г. общественные отношения, возникающие в процессе автотранспортных перевозок, регулируют более 150 нормативных правовых актов, в том числе 23 федеральных закона, 4 указа Президента РФ, 44 постановления Правительства РФ, 35 приказов Министерства транспорта РФ.

Исходя из этого, основными нормативными правовыми актами, регулирующими развитие дорожно-транспортной инфраструктуры в Российской Федерации и в Москве являются:

ФЗ от 10.12.1995 г. № 196-ФЗ «О безопасности дорожного движения»;

Градостроительный Кодекс РФ;

Транспортная стратегия РФ на период до 2030 года;

Градостроительный Кодекс города Москвы;

Генеральный план города Москвы;

Постановление Правительства Москвы от 02.09.2011 г. № 408-ПП «Об утверждении государственной программы города Москвы «Развитие транспортной системы» на 2012-2016 гг. на перспективу до 2020 г.»

В современной практике значение региональной транспортной инфраструктуры выражается в:

наличие отличительной составляющей свой материально технический и транспортно-коммуникационный комплекс, эффективность которого влияет напрямую на все инфраструктурные элементы в регионе.

обслуживании всех сторон хозяйственной деятельности региона, а также, трансформировании социально-экономической среды обитания человека и усовершенствования развития всех элементов инфраструктуры региона.

Сегодня в региональной экономике существует множество организаций формирующих, разрешающих, утверждающих различные коммуникационные сети транспортной инфраструктуры. [5, с. 127]. Эти

организации имеют и различный уровень подчинения и полномочия. Соответственно экономические затраты на проектирование и согласования носят для хозяйствующих субъектов огромный финансовый и временной характер.

В Москве отраслевым органом исполнительной власти, реализующим государственную политику и осуществляющим управление области транспорта и связи, является Департамент транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы [3, с. 3].

Основной целью государственной политики Правительства Москвы и Департамента транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы является удовлетворение потребностей хозяйства и населения столицы в услугах транспорта с минимальным временем, материальными и финансовыми затратами и высоким качеством обслуживания.

Важнейшим аспектом является организация исполнения регламентов взаимодействия с префектурами административных округов города Москвы и иными органами исполнительной власти города Москвы по обеспечению выполнения программ развития и функционирования транспортной системы и дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы в пределах своей компетенции. Также, стоит отметить, что префектура участвует в разработке городских целевых программ и Адресной инвестиционной программы.

Как правило, государственные программы в сфере транспортного обслуживания должны разрабатываться на основании утвержденных в порядке, установленном Градостроительным кодексом РФ, генеральных планов поселения, городского округа [4, с. 63]. Программы должны обеспечивать сбалансированное перспективное развитие транспортной инфраструктуры поселения, городского округа в соответствии с потребностями в строительстве, реконструкции объектов транспортной инфраструктуры местного значения.

Методологические положения стратегического управления развитием транспортной инфраструктуры поселений и городских округов базируются на методах системного подхода; программно-целевого подхода.

Системный подход представляет собой совокупность методов, в основе которых лежит рассмотрение объекта как системы взаимосвязанных элементов. При таком подходе, который широко применяется для разработки стратегии управленческих решений, основными задачами являются анализ и синтез систем. Для управления

развитием дорожно-транспортной инфраструктуры региона это означает разработку:

системного описания понятий (чертежи, схемы, сам язык написания); объектов транспортной инфраструктуры;

комплекса проблем, целей, задач и управленческих решений.

Системный анализ – совокупность методов и средств исследования сложных объектов. Как, например, один из основных методов используется SWOT-анализ. Он предусматривает выявление сильных и слабых сторон системы дорожно-транспортной инфраструктуры региона, выявляет внешние угрозы и риски, которые влияют на деятельность дорожного комплекса.

Системный синтез – это методологическое направление, основная задача которого состоит в разработке методов конструирования систем разных типов и классов. В процессе синтеза создается модель реальной системы.

Программно-целевой подход является одним из основных подходов в методологии системного анализа и синтеза, методы которого относятся к наиболее эффективным инструментам управления социально-экономическим развитием территорий. Этот подход составляет теоретическую основу стратегического управления и предусматривает четкое определение целей, формирование и реализацию программы действий, направленных на достижение этих целей.

Реализация методов программно-целевого подхода предусматривает анализ действующего законодательства для установления тех системных документов, которые определяют направления развития транспортной инфраструктуры на различных уровнях управления, описание и анализ проблем конкретного региона в отношении состояния и развития транспортной инфраструктуры, целеполагание, включающее разработку целей и задач, а также формирование системы программных мероприятий.

Системные документы, определяющие направления развития транспортной инфраструктуры в стране – «Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года», Федеральная целевая программа «Развитие транспортной системы России (2010–2020 годы), которая представляет собой инструмент реализации указанных стратегий и государственная программа «Развитие транспортной системы города Москвы на 2012-2020 гг.», обеспечивающая комфортные условия жизнедеятельности населения города Москвы путем развития устойчивого функционирования, безопасности, привлекательной и удобной для всех

групп населения транспортной системы, как части Московского транспортного узла [2, с. 54].

В связи с экономическим кризисом, усилением западных санкций на импорт и ограниченными возможностями региональных бюджетов, на 2018-2019 годы сокращено финансирование дорожно-транспортных строительных работ. И это придает еще большее значение эффективности стратегического управления дорожно-транспортной инфраструктурой на региональном уровне.

Список использованных источников:

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. №319 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие транспортной системы»

2. Распоряжение Правительства РФ от 11.06.2014 №1032-р «О внесении изменений в Транспортную стратегию Российской Федерации на период до 2030 года»

3. Официальный сайт Департамента транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы//Положения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.mos.ru/dt/function/o-departamente/polozhenie/

4. Андрианов Ю.В., Комаров В.В. Правовые и методологические основы развития транспортной инфраструктуры / Ю.В. Андрианов, В.В. Комаров // Транспорт Российской Федерации. Журнал о науке, практике, экономике. - 2016. - № 2-3 (63-64). - С. 11-13. – (Экономика и экономические науки).

5. Гранкин И.В. Автотранспортное законодательство: состояние и практика применения: учебное пособие. - Москва: Проспект, 2016. – С.189.

6. Шуравина Е.Н. Особенности управления и государственного регулирования транспортного комплекса России // Российское предпринимательство.-2012.-№18 (240).- С. 127-131.

©Трошина М.М., Ливанский М.В., 2017

УДК 35.077.2

ВОЗРАСТАНИЕ АКТУАЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ СОЦИАЛИЗАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ ДЕТСКИХ ДОМОВ В РОССИИ

Андрианова А.О., Кириллов В.П.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Проблема социализации детей-сирот в современных условиях приобретает особую значимость. Это обусловлено, во-первых, возрастанием количества детей, оставшихся без попечения родителей. Во-вторых, ухудшением криминогенной обстановки среди воспитанников детских домов и интернатов. В-третьих, неустроенностью, уязвимостью и особой незащищенностью их выпускников в условиях социально-экономических перемен в стране. В-четвертых, снижением общего уровня жизни и обнищанием населения. И, в-пятых, усилением разлагающего воздействия религиозных фундаменталистов, экстремистов и крайне левых оппозиционеров.

Федеральные и местные органы власти, государственные учреждения, трудовые и педагогические коллективы стремятся создать благоприятные условия для успешной адаптации выпускников детских домов и интернатов к условиям самостоятельной жизни и деятельности [1, с. 15]. Предпринимаются попытки создания системы тесного взаимодействия органов государственного и муниципального управления с учреждениями, осуществляющими воспитание детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, домов ребёнка, интернатов, детских домов, коррекционных школ, пансионатов и т.п.

Вместе с тем, исследование попечительских учреждений г. Ярославля показывает, что до сих пор в ряде детских домов не обеспечиваются должные условия для социализации подростков. В связи с этим, можно выделить несколько проблем, тормозящих процесс социализации детей, оставшихся без попечения родителей.

Проблема 1. Отсутствие в детских домах квалифицированных специалистов.

В нашей стране нет специальности «воспитатель детского дома» и нет учреждений, которые готовят педагогов к работе в этого рода детских учреждениях. Поэтому многие воспитатели и педагоги оказываются

психологически не готовыми к этой работе и увольняются. Дети вынуждены привыкать к тому, что взрослые вокруг них – это временщики, которые не заслуживают уважения.

Проблема 2. Эмоционально-личностные деформации.

Деструктивное влияние социальной ситуации, усиленной эмоциональной и сенсорной депривацией, то есть полным лишением возможности удовлетворять основные психофизиологические и социальные потребности. И хотя круг общения детей-сирот достаточно широк, потребность в доверительном контакте не находит удовлетворения. Широкий круг общения в детском доме не может восполнить дефицит эмоционального тепла. Контроль со стороны взрослых воспитателей и контакты со сверстниками не могут справиться с задачами социальной адаптации.

Проблема 3. «Закрытость» пространства детских домов.

Дети, оставшиеся без попечения родителей, являются жертвами особой социализации в условиях полного обеспечения и благополучия. Для них характерны закрытость социального пространства, ограниченность социальных связей, норм поведения и жизненного опыта. Гнетущая позиция сироты обусловливает нигилизм подростка, асоциальный и криминальный идеалы, стремление к различного рода преступлениям.

Проблема 4. Межличностные отношения.

У детей-сирот существуют трудности в установлении межличностных отношений с воспитателями, педагогами и сверстникам, характеризующиеся как «плохие» и «очень плохие». В детских домах к воспитанникам традиционно обращаются по фамилиям, а имена используют только для редкой похвалы. В результате у подростков появляется негативное отношение к своему имени, которое заменяется на кличку, а мир делится на «своих» и «чужих». Потребность в любви и признании у воспитанников детских домов реализуется через физическую силу, агрессию и асоциальное поведение.

Проблема 5. Негативное отношение к детям из детских домов.

Естественным последствием социализации в детском доме является негативное отношение общества к детям из детских домов, как результат навешивания соответствующих ярлыков плохого, агрессивного, грубого и преступного поведения воспитанника.

Проблема 6. Профессиональная ориентация воспитанников детского дома.

Важным аспектом социализации является профессиональная ориентация подростков-сирот к выбору профессии. Условия детских учреждений не дают возможности для широкого развития профессиональных предпочтений. Поэтому наиболее популярными являются доступные специальности автомеханика, автослесаря, повара, водителя, парикмахера и т.п. Воспитанники сиротских учреждений выбирают непрестижные профессии, которые не требуют высшего образования [2, с. 8].

Проблема 7. Неприспособленность к самостоятельной жизни.

Специфика первичной социализации на основе проживания в детском доме, затрудняют формирование навыков функционирования в социуме и требуют специальных социально-педагогических программ по подготовке к самостоятельной жизни в обществе.

Наблюдения показывают, что воспитанников детских домов не приучены к труду и самообслуживанию, они уверены в том, что их всегда накормят и оденут. Воспитатели не имеют права привлекать подростков даже к уборке помещений и работе на кухне. Тем самым воспитывается иждивенческая позиция: воспитанники не умеют ни готовить, ни убирать, ни штопать, ни стирать.

Когда подросток по достижении 18 лет выходит из детского дома и получает квартиру, он не может жить один и обслуживать себя, не знает, как строить отношения и расходовать деньги, не разбирается в жизненных ситуациях. Поэтому детдомовцы часто становятся жертвами мошенников и криминальных структур, редко заводят друзей и семью, а от одиночества находят утешение в алкоголизме, наркомании и противоправных действиях.

Государство несет основную тяжесть в попечении детей интернатного воспитания. Его основной задачей является подготовка воспитанников детских домов к самостоятельной жизни в обществе. Немаловажная роль в этом отводится органам государственного и муниципального управления, специальным государственным бюджетным учреждениям, которые должны сформировать систему организованной помощи подросткам после выхода из детских домов и интернатов. Воспитательные системы должны обеспечить успешное вхождение выпускников в систему общественных отношений и приспособление к социальной среде.

Список использованных источников:

1. Пинегина С. В. Проблемы социально-трудовой адаптации выпускников детского дома – М.: Юрайт, 2016.

2. Марчук Ю.Н. Проблемы адаптации к социальной среде детей – сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, воспитывающихся в специальных учреждениях // Научное сообщество студентов XXI столетия. Общественные науки: сб. ст. по матер. XXVII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 12(27). URL: http://sibac.info/archive/social/12(26).pdf (дата обращения: 20.10.2017).

3. А. Гуляков В любой системе образования заложен разрыв между теорией и практикой – Пенза: РИО Пензенской области. 2017.

4. А. Баталина. Без института приемных семей нельзя решить проблему семейного устройства детей-сирот. М.: Изд. Единая Россия, 2017.

©Андрианова А.О., Кириллов В.П., 2017

УДК 353

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД В ОЦЕНКЕ СОВРЕМЕННОГО ТИПА ГОСУДАРСТВЕННОГО СЛУЖАЩЕГО. СООТНОШЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ И НРАВСТВЕННЫХ КАЧЕСТВ

Гафарова В.С., Володина А.А., Тимачев В.И.
Российский государственный университет им А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Любой вид профессиональной деятельности человека формирует корпоративную профессиональную этику, которая своими моральными нормами регулирует поведение работника. Особенно важна профессиональная этика для управленческих структур и, прежде всего, государственной службы. Этика государственной службы, как один из видов профессиональной этики, представляет собой систему морально-нравственных норм, предписывающих определенный тип человеческих взаимоотношений на государственной службе. Этика государственной службы включает в себя принципы, правила и нормы, выражающие моральные требования к нравственной сущности чиновника, к характеру его отношений с государством, государственными служащими, гражданским обществом.

Одним из фундаментальных принципов организации и функционирования государственной службы является принцип профессионализма и компетентности, которые сказываются на имидже

госслужащего. Под профессионализмом госслужащего, согласно нормативной базе, понимается приобретенное качество способностей личности, соответствующее профессиональным требованиям или превосходящее их, т.е. имеются в виду глубокие и всесторонние знания и владение практическими навыками в соответствующей области государственно-служебной деятельностью. Под компетентностью понимаются показатели, характеризующие профессиональные знания, осведомленность и способности государственного служащего к эффективной их реализации в своей служебной деятельности.

Под профессиональной компетентностью государственного служащего, оказывающей влияние на его имидж, мы подразумеваем, прежде всего, его образовательный уровень, специальные профессиональные знания, умения и навыки, общие инструментальные навыки, а также способности госслужащего к эффективной их реализации в своей служебной деятельности, но в то же время предполагаем, что все это подкреплено личностными и деловыми качествами государственного служащего, его общей гуманитарной культурой, умением разбираться в окружающем мире и, безусловно, коммуникативной компетентностью [1, с. 111].

Государственному служащему, деятельность которого постоянно пересекается с деятельностью других людей, коммуникации позволяют организовывать общественную деятельность и обогащать её новыми связями и отношениями. Однако порой специалисты госслужбы, отличающиеся высоким уровнем профессиональных знаний, навыков и умений, обладающие необходимой эрудицией, но при этом не владеющие правилами взаимодействия с другими людьми, оказываются совершенно беспомощными в коммуникационном процессе, поскольку любое общение эффективно лишь тогда, когда люди, взаимодействующие друг с другом, компетентны в данной ситуации.

Таким образом, мы определяем профессиональную коммуникативную компетентность государственного служащего как основывающуюся на коммуникативных способностях, умениях и знаниях, интеллектуально, личностно и мотивационно обусловленную социально-профессиональную характеристику, позволяющую ему самостоятельно и ответственно осуществлять эффективные и адекватные коммуникативные действия в определенном круге ситуаций взаимодействия в профессиональной деятельности, что влияет на формирование положительного имиджа такого специалиста.

В современной России государственная служба нацелена на служение государству и народу. Это вытекает из нормы Конституции РФ о том, что «носителем суверенитета и единственным источником власти в Российской Федерации является ее многонациональный народ» [2, статья 3, п. 1].

Для современной государственной службы принципиально важны ее цели и приоритеты, причем не только в правовом, но и в нравственном отношении. Для человека, находящегося на государственной службе, чрезвычайно важна и нравственная установка – «кому я служу?». Он должен понимать, что главная цель для него – это служение государству и через государство – служение обществу, поскольку служение гражданскому обществу является стратегическим приоритетом государственной службы любого демократического государства. Государственный служащий призван служить не своему начальнику, а государству и народу как первоисточнику власти в обществе. Считается, что это нравственные категории и их вряд ли следует облекать в правовые нормы. На самом деле именно целевое предназначение государственной службы определяет правовой и нравственный статус человека во властных структурах, престиж государственной службы в целом.

Добросовестное служение чиновника государству и обществу – это осознание своей ответственности перед государством, обществом и гражданином. Его служебная деятельность предполагает:

1) Приверженность высшим нравственным принципам, верность государству; государственный служащий должен ставить государственные интересы выше индивидуальных, частных интересов, целей и задач политических партий, других общественных объединений;

2) Соблюдение принципов государственной службы;

3) Постоянная готовность выступить на защиту Конституции, федеральных законов и законов субъектов федерации, никогда не нарушать положений принятой присяги на верность государству и не отказываться от законных требований по государственной должности;

4) Честная служба государству;

5) Стремление найти и использовать наиболее эффективные и экономичные способы выполнения государственных задач и функций;

6) Отсутствие в деятельности государственного служащего элементов дискриминации одних субъектов, с одной стороны, предоставления особых благ и привилегий другим субъектам, за особое вознаграждение или без него, с другой;

7) Никогда не принимать для себя и членов своей семьи никаких благ и преимуществ, используя при этом свои служебные полномочия;

8) Не делать никаких личных обещаний, связанных с обязанностями государственной службы;

9) Никогда не использовать никакую информацию, полученную конфиденциально во время исполнения своих должностных обязанностей, как средство получения личной выгоды;

10) Не заниматься предпринимательской деятельностью;

11) Разоблачать коррупцию и постоянно бороться с ней в государственных органах;

12) Соблюдать деловой режим и корректность общения с гражданами и коллегами;

13) Стремиться создавать деловой имидж государственного служащего;

14) Не высказывать публично своего личного мнения о действующих политических деятелях;

15) Избегать злоупотребления служебным положением, корыстной или иной личной заинтересованности;

16) В общении с гражданами, как при исполнении своих полномочий, так и во внеслужебных отношениях, соблюдать общепринятые правила поведения; вести себя с достоинством; демонстрировать вежливое корректное обращение, беспристрастность, принципиальность, стремление глубоко разобраться в существе вопроса, умение выслушать и понять другую позицию; равное отношение ко всем гражданам и юридическим лицам; взвешенность высказываемых суждений и принимаемых управленческих решений.

Понятие нравственности опирается главным образом на мораль. Мораль государственного служащего воплощается в осознании им не только своего общественно необходимого типа служебного поведения, но и своего особого социального статуса, своей роли и места в системе властно-управленческих отношений и в обществе в целом [3, с. 81].

Репутация госслужащих характеризуется высоким уровнем профессионализма личности и деятельности госслужащих, постоянным стремлением к развитию профессионализма, возвышению личностно-профессиональных стандартов и эталонов, наличием целевой и мотивационно-смысловой системы, соответствующей системе настоящих профессионалов. Данные системы обладают доминантной регулирующей силой. Такие госслужащие отличаются высоким уровнем морально-нравственной нормативности регуляции поведения, деятельности и

отношений. Не нарушают закон, не злоупотребляют своим служебным положением. Среди личностно-деловых качеств преобладают целеустремленность, ответственность, принципиальность, дисциплинированность, справедливость, честность и порядочность. Они являются настоящими патриотами своей страны, своего края. Их отличает гуманистическая направленность личности, внимательное и доброжелательное отношение к людям, стремление помочь в решении их проблем. Кроме того, они характеризуются направленностью на работу с населением и для населения, высокой психологической готовностью к такой работе. Во взаимодействии с населением и коллегами по работе у них доминирует гибкий стиль, оперативное реагирование на возникающие проблемы, стремление решить их в интересах людей. При осуществлении управления преобладает демократический и либеральный стиль, в сложных ситуациях берут ответственность на себя, действуют решительно и энергично. Госслужащие с высоким уровнем деловой репутации постоянно заботятся о своей репутации и деловом имидже. У них высокий уровень продуктивной рефлексивной организации деятельности, поведения и отношений. Деятельность их отличается открытостью.

Список использованных источников:

1. Игнатов, В. Г. Государственное и муниципальное управление / В.Г. Игнатов. - Москва: СПб. [и др.] : Питер, 2016. - 480 с.

2. Холопов, В. А. Государственное и муниципальное управление / В.А. Холопов. - М.: Феникс, 2016. - 368 с.

3. Яновский, В. В. Государственное и муниципальное управление. Введение в специальность / В.В. Яновский, С.А. Кирсанов. - М.: КноРус, 2017. - 200 с.

©Гафарова В.С., Володина А.А., Тимачев В.И., 2017

УДК 351

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Дадабаева Д.У., Кяжкина Т.Ю., Огурцова Н.С.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Новая парадигма государственного управления базируется на необходимости рыночной оценки деятельности государственных и муниципальных структур. Предлагается оценивать работу учреждений не по затратам (выполнению бюджета), а по результатам. Совершенствование системы государственного и муниципального управления в Российской Федерации в контексте административной реформы связано с использованием принципиальных инноваций, которые носят как организационный, структурный, финансовый так и институциональный характер. Административная реформа системы государственного и муниципального управления, идущая в современной России, полагает внедрение принципов «нового менеджеризма» и «нового публичного управления», предполагающих переход по аналогу с бизнесом, на управление по результатам. В свою очередь, данный подход требует совершенствования государственного и муниципального управления на основе применения системы инновационных технологий.

Однако, в исследованиях отечественных ученых, как показал контент-анализ публикаций, отсутствуют попытки систематизировать современные управленческие технологии и предложить их для практического применения органам государственного и муниципального управления страны.

В фундаментальном исследовании Д. Осборна и Т. Гаеблера отмечается, что правительство не может работать как бизнес, но может быть более «предпринимательским». В формируемых императивах систем публичного управления обосновывается необходимости предпочтения рыночных механизмов и технологий управлений административно-бюрократическим [3, с. 25-48]. Концепция «Новое публичное управление – New Public Governance (NPG)», разработанная профессором С. Осборном, предполагает изменения не только в государственном управлении и организации органов государственной власти, но и в самом

функционировании государства. Отход от традиционной бюрократии (governance) и переход к концепции нового публичного управления Public Governance предполагает применение инновационных управленческих технологий [1, с. 19].

Как известно, понятие «инновация» происходит от английского слова innovation – процесс создания, распространения и использования новшества, которое способствует развитию и повышению эффективности деятельности субъектов экономической деятельности.

Построение системы инновационных технологий в государственном и муниципальном управлении базируется на парадигме системно-синергетического подхода, которая исходит из того, что, система это не только сумма элементов, а целое, обладающее иными качествами, чем составляющие систему элементы [2]. Преобладающим свойством сложной системы является ее самоорганизация, реализующая принципы синергетики (от греч. «совместно действующий»).

Следовательно, управление – это постоянное творчество, спонтанная флуктуация систем (структурообразующих элементов) внешней среды, способная вызвать точку бифуркации той или иной организационной системы без определённой гарантии на её дальнейшее существование. Конструирование внешней среды осуществляется с использованием эффекта синергетики.

Качественные преобразования системы возможны на основе ее совершенствования и развития. Совершенствование системы управления – это целенаправленное локальное изменение, обоснованное результатами исследования и способствующее повышению эффективности принимаемых решений [4, с. 85].

Формирование системы инновационных методов и технологий государственного и муниципального управления обусловлено тем, что публичная сфера представляет собой на современном этапе профессиональные действия аппарата управления по поиску лучших методов и технологий опережения конкурентов. Данные технологии позволяют изучать, анализировать причины своего отставания и внедрения адаптированного к собственным условиям усовершенствованного варианта лучших практик с целью повышения социальной и экономической эффективности государственного и муниципального управления.

К первой группе (подсистеме) технологий можно отнести технологии и методы менеджмента, используемые в системе нового государственного и муниципального управления и направленные на поиск повышения эффективности деятельности государственной организации.

1. Бенчмаркинг (от англ. bench – уровень, marking – отметить) представляет собой способ изучения деятельности других государств, прежде всего основных конкурентов, с целью использования и положительного опыта в своей работе. В вольном переводе «эталон для сравнения». Он включает в себя комплекс средств, позволяющих систематически находить, оценивать, и организовывать использование всех положительных достоинств чужого опыта в социально-экономической деятельности государства.

Применительно к инновациям бенчмаркинг означает изучение системы управления других организаций с целью выявления основополагающих характеристик для разработки своей инновационной политики и конкретных видов инноваций, обеспечивающих повышение эффективности её деятельности [2, с. 105]. В настоящее время бенчмаркинг применяется практически всеми организациями сферы государственных, муниципальных, образовательных, медицинских и других услуг.

2. Бенчлернинг – работа организации над пониманием того, что именно способствует её успеху, и мотивация к более успешной работе. Акцент делается на совместном участии сотрудников, на достижении результата через обучение всей организации и через возможности, позволяющие создать систему совершенствования для людей и рабочих групп. Сущность которого состоит в вычислении отношений между причинным фактором, и количеством требуемых ресурсов (кадровых, финансовых, организационных), отборе из традиционных неформальных институтов наиболее жизнеспособных, способствующих дальнейшему развитию общества. Бенчлернинг включает организационное обучение, работу над пониманием того, что способствует успеху организации и мотивацию к более успешной работе. Самообучающаяся (научающаяся) организация (learning organization) постоянно расширяет свою способность расширять создавать своё собственное будущее.

3. Бенчфьючинг (от англ. bench – место, лат. futurum – будущее) моделирование успешного будущего на 5-10 лет (построение образа будущего успешного результата) [1, с. 106].

4. Бенчрейсинг – пути достижения бенчфьючинговых целей [4, с. 106]. Это формирование последовательности наращивания сильных сторон или конкурентных преимуществ продукта или объекта. Очень похоже на используемую у нас путевую карту последовательной реализации идей (цель – выработка наиболее оптимальной траектории развития продукта

(объекта), при которой минимизируются, например, затраты, и снижается время до начала пользования преимуществами.

Ко второй группе (подсистеме) технологий можно отнести инновационные технологии государственного и муниципального управления, основанные на применении программно-целевого подхода.

5. Программирование. Программно-целевой подход как инновационный метод управления развитием социально-экономической сферы страны позволяет принять специальные программные меры, сконцентрировать усилия, мобилизовать ресурсные возможности в интересах решения проблемы в течение определенного срока, что и обуславливает актуальность данной технологии государственного управления. В соответствии с концепцией управления по результатам он является одним из основных инструментов бюджета и для определения эффективности использования бюджетных средств. Этот метод заключается в установлении или отборе приоритетных целей и задач использования бюджетных средств и разработке взаимоувязанных мероприятий по их достижению в заданные сроки [3].

6. Проектирование. В мире накоплен огромный опыт применения управления проектами. В нашей стране все больше регионов применяет технологию управления проектами и интерес к этой технологии непрерывно возрастает. Любой проект в процессе своей реализации проходит различные стадии, называемые в совокупности жизненным циклом проекта. Для реализации различных функций управления проектом необходимы действия, которые именуются процессами управления проектами.

7. Фандрайзинг (от англ. fund – денежные средства, активы, финансирование; raise – приумножение, сбор) в системе государственного управления – процесс поиска и привлечения денежных средств и иных ресурсов (человеческих, материальных) организаций и населения на некоммерческие нужды, в частности на выполнение государственной программы в регионе.

К третьей группе (подсистеме) технологий можно отнести технологии и методы маркетинга, используемые в системе нового государственного управления и направленные на повышение конкурентоспособности государства, территорий, государственных организаций.

8. Маркетинг территории – это маркетинг в интересах территории, ее внутренних субъектов, а также тех внешних субъектов, во внимании которых заинтересована страна или регион.

9. Брендинг (от англ. branding) (в т.ч. территории) – комплекс визуальных, смысловых и ценностных характеристик, позволяющих отличить государство, либо регион в целом, отдельное поселение и придающих ему социальную и коммерческую ценность.

10. Стандартизация. В рамках проведения административной реформы государственной службы важным направлением совершенствования является не только разработка и соблюдение административных регламентов, стандартов предоставления государственных услуг, но и собственно стандартов таких услуг (как системы требований к юридическому и даже социальному результату деятельности по их предоставлению).

К четвёртой группе (подсистеме) технологий можно отнести информационные технологии, используемые в системе нового государственного управления и направленные на повышение информационной прозрачности, коммуникации на основе обратной связи с населением и бизнес-сообществом.

11. «Электронное правительство». В целом реализация концепции электронного правительства предполагает решение следующих основных задач: создание официальных сайтов в Интернете и их наполнение актуальной официальной информацией (к обязательной информации относятся: общая, справочная и контактная информация государственных органов и учреждений, статистика, законы и нормативные акты (законодательные инициативы), ведомственные отчеты, информация о размещении государственного заказа; создание интерактивных служб, позволяющих упростить процедуры [3, с. 28].

12. Технологии «одного окна» (Government Gateways) являются наиболее современными в данном секторе. Данные технологии позволяют значительно сокращать бюджетные расходы на проведение мероприятий, связанных с официальными уведомлениями, обязательным распространением нормативных материалов, изменением форм документов, проведением разъяснительных мероприятий, по решениям органов государственной власти в тех или иных социально значимых вопроса [3, с. 28].

Таким образом, современная парадигма административной реформы, базирующаяся на постулатах «нового публичного управления», требует внедрения в практике государственного управления не просто рыночных, но инновационных методов и технологий управления, что приведёт к накоплению новых свойств (флуктуаций) в системе государственного и муниципального управления.

Список использованных источников:

1. Абросимова, М. А. Информационные технологии в государственном и муниципальном управлении / М.А. Абросимова. - М.: КноРус, 2017. – 248 с.
2. Адизес И. Стили менеджмента. Эффективные и неэффективные = англ. Leading Management/Mismanagement Styles: How to Identify a Style and What to Do about It. - М.: «Альпина Паблишер», 2015. – 198с.
3. Гимазова, Ю. В. Государственное и муниципальное управление / Ю.В. Гимазова. - М.: Юрайт, 2014. – 464 с.
4. Сенчагов В.К. О формировании новой парадигмы бюджетной политики // Вопросы экономики. - 2013. - № 6. – С. 152-158.
5. Холопов, В. А. Государственное и муниципальное управление / В.А. Холопов. - М.: Феникс, 2016. – 368 с.

©Дадабаева Д.У., Кяжкина Т.Ю., Огурцова Н.С., 2017

УДК 338.242.4

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЛЕГКОЙ И ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Ерисова Н.Д., Эмиров В.А.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Инновации имеют «сквозной» межотраслевой характер и способны совершать прорывы не только в материнской, но и в смежных отраслях. Аналогичным образом инновационные прорывы, совершенные вне той или иной отрасли, зачастую оказывают на нее стимулирующее воздействие. Это значит, что если все наши прорывы в космосе, атомной энергетике и оружейном деле не оставляют никакого следа в легкой и текстильной промышленности, то это, скорее всего, издержки в организации инновационной деятельности. Кстати говоря, это не совсем так. Следы есть, но они настолько незначительны, что с экономической точки зрения могут не приниматься во внимание.

Зато встречный процесс не вызывает сомнений. Прогресс во всех отраслях, в которых он у нас есть, требует от легкой и текстильной промышленности новых разработок. Они ведутся и дают результаты, которые, по всей видимости, вполне соответствуют предъявляемым к ним требованиям и являются в полном смысле слова инновационными.

То есть, в нашей легкой и текстильной промышленности ведется инновационная деятельность. Но, естественным образом, по заказам тех отраслей, которые способны оплачивать такого рода услуги. В основном это отрасли, в работе которых активное участие принимает государство.

Логично было бы предположить, что инновационные разработки, выполненные для высокотехнологичных отраслей, могли бы найти применение и в мирном бизнесе – ткацкой, швейной и обувной промышленности. Но, судя по всему, этого не происходит. Представляется, что связано это в первую очередь с низкой рентабельностью российской легкой и текстильной промышленности в последние десятилетия. Ведь инновации невозможны без инвестиций, а деньги, как известно, идут к деньгам.

Аналитики отмечают положительную динамику объемов производства в легкой и текстильной промышленности в 2017 году. Согласно данным статистики, которые приводятся на сайте Российского союза предпринимателей текстильной и легкой промышленности (СОЮЗЛЕГПРОМ), индекс промышленного производства за январь-август 2017 г. составил: в текстильной подотрасли – 108,3%, в швейной – 103,4%, в кожевенно-обувной – 104% (по сравнению с аналогичным периодом 2016 г.). В текстильной подотрасли максимальные темпы роста наблюдались в производстве нетканых материалов – на 14,6%, шерстяной пряжи – на 13,8%, тканей – на 11,8% (из синтетических волокон и нитей – на 27,7%, шерстяных – на 13,2%, шелковых – на 9,9%, льняных – на 2,2%, хлопчатобумажных – на 1,1%). На 7,6% возросли объемы производства синтетических волокон, на 5,1% – стеганых одеял. При этом сократилось производство ковров и ковровых изделий на 10,5%, искусственных волокон – на 9,2%, марли – на 4,8%. В швейной подотрасли возросли объемы производства джемперов и жилетов на 56,8%, чулочно-носочных изделий – на 13,3%, женских жакетов и блейзеров – на 6%, мужских рубашек – на 4,3%. Сократилось производство брюк на 6%, мужских костюмов – на 4,7%, юбок – на 3%, пальто – на 1,8%. В кожевенно-обувной подотрасли возросли объемы производства обуви на 10,8%, замши – на 5,7% [7].

Согласно данным, опубликованным Федеральной службой государственной статистики в сборнике «Россия в цифрах. 2017», в 2016 году среднегодовая численность тех, кто работал на предприятиях, занимавшихся текстильным и швейным производством, составила 265 тысяч человек, производством кожи, изделий из кожи и производством обуви – 43 тыс. чел. (в 2015 г. – 269 и 44 тыс. чел. соответственно). Для

сравнения, в далеком 2000 г. на текстильных и швейных предприятиях работали 749 тыс. чел., на кожевенных и обувных – 118 тыс. чел. [4, с. 221, 223].

Как сообщают разработчики проекта Стратегии развития легкой промышленности в Российской Федерации на период до 2025 года, опубликованного на официальном сайте Министерства промышленности и торговли РФ, сейчас легкая промышленность обеспечивает 0,9% валового внутреннего продукта России. Это 2,4% объема промышленного производства или 3,6% общего объема обрабатывающих производств. Еще 1,6% ВВП дает розничная торговля товарами легкой промышленности [1, с. 6].

При этом Россия теряет около 1,1% своего валового внутреннего продукта из-за высокой доли импорта и незначительного объема экспорта продукции легкой промышленности. «Такие показатели в целом соответствуют уровню стран с развитой сырьевой экономикой (минеральные ресурсы, либо с/х), которые являются крупными нетто-импортерами товаров легкой промышленности», – пишут разработчики документа. Вместе с тем, по их мнению, есть возможность к 2025 году увеличить вклад отрасли в валовый внутренний продукт в полтора раза и довести его до 1,4% ВВП. Сделать это позволит инновационная деятельность в конкурентоспособных сегментах [1, с. 6-7].

Основными конкурентными преимуществами России разработчики проекта считают высокий уровень развития нефтяной и химической промышленности, а также наличие инновационных отраслей, которые являются потребителями текстильной продукции. Однако они отмечают, что эти преимущества пока не реализуются. Россия экспортирует синтетические текстильные материалы (170 миллионов долларов США в 2012 году). Однако объем российского экспорта «значительно меньше уровня сопоставимых стран» [1, с. 7].

Вместе с тем, в последнее время в легкой промышленности ведется инновационная деятельность, используется все больше химических материалов. И Россия имеет существенный потенциал для развития в этой области. В подтверждение разработчики проекта ссылаются на опыт «сопоставимых сырьевых стран».

Так, Канада является крупным региональным экспортером химических волокон и тканей. Основной рынок сбыта ее продукции – в Соединенных Штатах Америки. В конце девяностых годов минувшего века на рынок химических волокон и синтетических текстильных материалов вышли Объединенные Арабские Эмираты. За 10 лет экспорт

этого вида продукции из ОАЭ достиг 1,3 миллиардов долларов США. В Саудовской Аравии также введены в эксплуатацию предприятия по переработке нефти в химические волокна и нити [1, с. 7].

По мнению разработчиков проекта, наибольшим потенциалом для инновационной деятельности в России обладает технологическая цепочка синтетических материалов. Она включает производство химических волокон и нитей, а также синтетического текстиля для потребительских и промышленных целей. Синтетическая цепочка представляет существенный по объему сегмент отрасли, обладает высоким потенциалом импортозамещения и сейчас в этой подотрасли наблюдается динамичный рост.

Производство продукции из синтетических материалов в Российских условиях имеет целый ряд преимуществ. Главным из них является доступность сырья. Основным натуральным сырьем сейчас является хлопок. Его доля в продукции текстильной промышленности колеблется в районе 50% и постоянно сокращается. В России хлопок не растет – его приходится покупать за рубежом. Это существенно повышает себестоимость продукции. Решить эту проблему позволяет развитие «синтетической цепочки», которое возможно на базе существующего в России нефтехимического комплекса [1, с. 7].

По подсчетам разработчиков проекта, развитие производства волокон, нитей и тканей из хлопка, шерсти и льна может добавить к валовому внутреннему продукту 0,08% (0,06%, 0,01% и 0,01% соответственно). В результате вклад натуральной технологической цепочки в ВВП возрастет с 0,11% до 0,19%. Эффект от инновационного развития синтетической цепочки может быть в 2,25 раза выше. Вклад отрасли в ВВП может увеличиться на 0,18%, и возрасти с 0,03% до 0,21% ВВП [1, с. 7-8].

По результатам анализа разработчики проекта определяют 4 основных стратегических направления инновационного развития легкой промышленности России до 2025 года.

Во-первых, это создание производства химических (синтетических и искусственных) волокон с ориентацией на экспорт. Прежде всего, речь идет о полиэфирных и вискозных волокнах и нитях. Предполагается, что параллельно массовое производство будет переориентироваться на синтетические материалы.

Такая переориентация ожидается от производителей как текстиля для одежды, так и технического текстиля. Как обещают разработчики проекта, совокупный эффект от реализации программ этого направления

составит 0,19% валового внутреннего продукта. Причем 0,12% из них даст эффект от развития сегмента технического текстиля.

Второе направление – это создание в России производства кожевенных материалов как для швейной и обувной, так и для мебельной и автомобильной промышленностей, повышение степени переработки и утилизации отходов кожевенного производства, организация сопутствующих производств биокомпонентов и биодобавок.

Третье направление – создание благоприятных условий для локализации производства одежды, обуви и текстиля. Эффект от реализации мероприятий этого направления оценивается в дополнительные 0,11% от валового внутреннего продукта. 0,06% из них даст развитие швейного, 0,05% – развитие обувного производства.

И, наконец, четвертое направление формулируется в проекте следующим образом: «Поддержка создания и развития российских брендов одежды и обуви, в том числе минимизация «серого импорта», нелегального производства и оборота товаров легкой промышленности на потребительском рынке». Как обещают разработчики, развитие сегмента брендинга и дистрибуции потребительской одежды и обуви позволит сохранить текущий вклад сегмента в валовый внутренний продукт. Еще 0,04% ВВП добавит развитие рынка специальной одежды [1, с. 8].

Вне всякого сомнения, продвижение отечественных брендов тесно связано с борьбой с «серым импортом» и контрафактом. Вместе с тем, объединение этих совершенно разных видов деятельности в одно направление развития легкой промышленности представляется неоправданным. Главным образом, потому, что это действительно разные сферы деятельности.

Созданием и развитием брендов занимаются производители. Государство, конечно, может оказывать им в этом содействие, но его возможности здесь существенно ограничены. Другое дело – борьба с «серым импортом» и контрафактом. Это – задача исключительно для государственных контрольных и правоохранительных органов. И если по части борьбы есть основания рассчитывать на то, что наше государство сможет преуспеть, то в отношении брендинга в этом есть большие сомнения.

Как обещают разработчики проекта, реализация этих направлений инновационного развития позволит «увеличить объем отрасли в полтора раза (на 0,5% валового внутреннего продукта)». Кроме того, появится возможность преодолеть «естественное сокращение занятости» в отрасли и создать до 245-330 тысяч новых рабочих мест, в том числе и

«высокопроизводительных». Ожидается, что совокупный объем налоговых поступлений от реализации Стратегии составит 140-210 миллиардов рублей. При этом инвестиции, необходимые для ее реализации, оцениваются в 460-640 млрд. руб. [1, с. 8-9].

Список использованных источников:

1. Стратегия развития легкой промышленности в Российской Федерации на период до 2025 года (проект). – Министерство промышленности и торговли Российской Федерации, 2015.

2. Жаркова Н. Н. Кластерная модель развития легкой промышленности. – Российское предпринимательство. – 2011. – Т. 12. – № 11.

3. Концепция программы развития текстильной и легкой промышленности Российской Федерации на период до 2020 года. – М.: Объединение промышленников и предпринимателей текстильной и легкой промышленности Московской области, 2008.

4. Россия в цифрах. 2017: Крат. стат. сб. – М.: Росстат, 2017.

5. Тедеева В. Г. Активизация инновационной деятельности в текстильной промышленности РФ. – Научный аспект. – 2012. – Т. 2. – № 4.

6. Шиков П. А. Методы и инструменты оценки инновационного потенциала и повышения конкурентоспособности предприятий малого бизнеса текстильной и лёгкой промышленности. – Дисс. на соиск. уч. ст. к. т. н. – СПб.: ФГБОУ «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна», 2017.

7. Подведены итоги работы отрасли за восемь месяцев текущего года. – URL: http://www.souzlegprom.ru/ru/press-tsentr/novosti/novosti-otrasli/3044-podvedeny-itogi-raboty-otrasli-za-vosem-mesyatsev-tekushchego-goda.html (дата обращения: 10.11.2017).

©Ерисова Н.Д., Эмиров В.А., 2017

УДК 001.1

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ТРЕБОВАНИЙ В ОБРАЗОВАНИИ ПО РАЗВИТИЮ КЛЮЧЕВЫХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ

Иванова И.В., Огурцова Н.С.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Современная жизнь требует от человека компетентности во всех сферах, умения практически использовать свои теоретические знания, свой интеллектуальный потенциал.

Современная образовательная система характеризуется коренными изменениями во всех ее звеньях, направленными на достижение нового качества образования [2, с. 26]. Правительственная концепция и стратегия реформирования образования определяют основные приоритетные направления таких изменений – обновление целей и содержания образования, методов и технологий обучения на основе современных достижений педагогической науки и инновационных подходов к его совершенствованию.

В основу целей образования в ряде стран положены четыре базовых принципа, изложенных в документах Международной комиссии по образованию для XXI в. Они характеризуют и тенденции развития образования. Эти тенденции учитывают мировой опыт, опираются на анализ действительности, отвечают современным и перспективным запросам изменяющегося общества, сегодняшним и завтрашним потребностям, интересам человека.

Первый принцип – научиться познавать, приобретать знания, умение учиться. Рост мировой научной информации, удваивавшейся каждые 10-15 лет, ее быстрое частичное устаревание, общественное развитие, открывающее новые возможности экономической, политической, социальной деятельности, требуют сочетания широких общекультурных знаний с глубоким постижением непрерывно развивающихся наук, освоением способов самостоятельного добывания знаний [1, с. 53]. В условиях перехода к постиндустриальному, информационному обществу этот принцип воплощается в двух тенденциях: выдвижении в образовательном процессе на первый план не только формирования знаний, но и овладения способами самостоятельного труда по их приобретению; возрастающем значении общекультурного аспекта

образования, соединении фундаментальной профессиональной подготовки и овладения гуманитарными знаниями.

Второй принцип – научиться делать, научиться работать, приобретать не только профессиональную квалификацию, но и компетентность, являющуюся основой конкурентоспособности выпускника образовательных учреждений.

Третий принцип – научиться жить вместе, сосуществовать, воспитывать способность к пониманию других людей, народов; развивать знания об их истории, традициях, образе мышления, уважать их ценности. Надо осознать зависимость людей друг от друга; это поможет преодолению препятствий на путях развития цивилизации. Люди должны научиться совместно проектировать свои личные и коллективные действия для разумного и мирного решения возникающих конфликтов. Так определяется тенденция возрастания роли образования в формировании гражданских качеств личности, одно из которых – сознание необходимости установления лояльных отношений между социальными группами, народами, государствами [4, с. 48]. В международных и национальных документах по образованию больше внимания, чем прежде, уделяется выработке норм социального поведения, критического и творческого мышления, необходимых для функционирования демократического общества, для сотрудничества в продуктивном решении внутригосударственных, межгосударственных, глобальных проблем современности. Рассматриваемая тенденция проявляется, в частности, в усилении значимости воспитания толерантности как качества культуры (нравственной, правовой, политической).

Четвертый принцип как бы суммирует образовательно-воспитательную направленность трех предыдущих. Принцип формулируется так: научиться жить с тем, чтобы содействовать развитию собственной личности и быть в состоянии действовать, проявляя независимость, самостоятельность суждений и личную ответственность [3, с. 102]. Речь идет о тенденции повышения роли образования в раскрытии творческого потенциала личности, в овладении ею способами самостоятельного жизнетворчества, формирования жизненных позиций и перспектив.

Одной из ключевых тенденций является переход к практике непрерывного образования. Идея непрерывного образования как процесса, охватывающего всю жизнь человека, восходит к возникшим в древности учениям о непрерывном духовном совершенствовании человека, его воспитании как члена общества и государства.

Рассмотренные мировые тенденции развития образования имеют достаточно общий характер. В то же время, для развития каждого вида и уровня образования имеют место и свои специфические тенденции, обусловленные их собственными целями, особенностями, характером осуществления и новыми социальными требованиями к уровню подготовки выпускников.

Современные страны должны не только учитывать общие тенденции и принципы развития образования в XXI веке, но и эффективно их вводить и совершенствовать в соответствии с требованиями времени. Именно образовательные тенденции прогнозируют контуры будущего общества, а принципы отвечают за динамику его модернизации.

Важнейшая черта современного обучения – его направленность на то, чтобы готовить учащихся не только приспосабливаться, но и активно осваивать ситуации социальных перемен [5, с. 174]. Активность, самостоятельность, творчество, способность адаптироваться к стремительным изменениям в мире – это черты личности становятся важнейшими на современном этапе исторического развития. Их формирование требует новых подходов к процессу обучения.

Множественность подходов, используемых в современной образовательной практике, требует от педагога точного понимания сути каждого из них. Это позволяет выбирать соответствующее технологическое обеспечение, вводить те или иные ориентиры, формы нормирования содержания и организации педагогической деятельности.

Такие подходы в образовании, которые предполагают подготовку личности к жизни в изменяющихся условиях называются инновационными. В основе инновационных подходов лежит понимание инновационного обучения как определенной противоположности традиционному (нормативному). М.В. Кларин отмечает: «Значимой особенностью современной системы образования является сосуществование двух стратегий организации обучения – традиционной и инновационной».

Термины «традиционное (нормативное) обучение» и «инновационное обучение» предложены группой ученых в докладе Римского клуба (1978), которые обратили внимание мировой научной общественности на неадекватность принципов традиционного обучения требованиям современного общества к личности, к её познавательным возможностям. Соответственно, предоставляются такие толкования этих двух моделей учебной деятельности.

Традиционное обучение – ориентированное на сохранение и воспроизводство культуры, обеспечивает стабильность в социуме за счет преимущественно репродуктивной деятельности ученика, формирования исполнительских способностей, развития внимания и памяти.

Инновационное обучение стимулирует новаторские изменения в культуре, социальной среде; ориентированное на формирование готовности личности к динамическим изменениям в социуме за счет развития способностей к творчеству, различных форм мышления, а также способности к сотрудничеству с другими людьми.

Итак, основным отличительным признаком инновационных подходов в обучении является их целевая ориентированность на подготовку личности к жизни в условиях современного, динамичного общества, что обеспечивает его становление как активного субъекта изменений и инноваций, способного к самостоятельной инициации и реализации инновационной деятельности.

Список использованных источников:

1. Выскуб, В. Г. Российская общественно-государственная система аттестации научных и научно-педагогических кадров высшей квалификации / В.Г. Выскуб. - М.: Логос, 2014. – 256 с.

2. Котова, Е. В. Государственные контролирующие органы в образовательных учреждениях / Е.В. Котова. - М.: Каро, 2014. – 272 с.

3. Лобанов, А. П. Модульный подход в системе высшего образования. Основы структурализации и метапознания / А.П. Лобанов, Н.В. Дроздова. - М.: РИВШ, 2016. – 733 с.

4. Образовательные системы современной России. Справочник. - М.: РГГУ, 2014. – 496 с.

5. Рубин, Ю. Б. Высшее образование в России. Качество и конкурентоспособность / Ю.Б. Рубин. - М.: Московская Финансово-Промышленная Академия, 2014. – 448 с.

©Иванова И.В., Огурцова Н.С., 2017

УДК 338.2

УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ

Камышева А.В., Одинцова О.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Современная экономика в настоящее время перешла на стадию развития, базирующуюся на знаниях. В литературе её также называют «посткапиталистическое общество», «инновационная экономика», «информационное общество», «высокотехнологическая цивилизация», «новая экономика» [3].

По мере развития общества в качестве источника прибыли все больше выступают знания, инновации и способы их практического применения. Приобретение новых знаний, информации, умений, навыков, утверждение ориентации на их обновление и развитие становятся фундаментальными характеристиками работников в экономике, основанной на знаниях. Знания становятся основным ресурсом экономического развития и роста, занимают все больший удельный вес в структуре стоимости продуктов и услуг [1]. Технологические и организационные достижения всё больше и больше стимулируют инновационный процесс и таким образом уже имеющиеся знания применяются для формирования нового знания [6].

Стратегия управления знаниями может рассматриваться как одна из составляющих стратегического управления, наряду с финансовой, кадровой, инновационной, инвестиционной и другими. Но некоторыми исследователями предлагается новый подход, подразумевающий выстраивать управленческую стратегию на основе триады «знания – интеллектуальный капитал – инновации» [3].

Смысл понятия «инновация» также получает несколько значений. С одной стороны, как результат инновационной деятельности (новый или усовершенствованный продукт, технологический процесс). С другой – результат инвестирования в разработку получения нового знания, инновационной идеи по обновлению сфер жизни людей (технологии; изделия; организационные формы существования социума, такие как образование, управление, организация труда, обслуживание, наука, информатизация и т. д.) и последующий процесс внедрения (производства)

этого, с фиксированным получением дополнительной ценности (прибыль, опережение, лидерство, приоритет, коренное улучшение, качественное превосходство, креативность, прогресс) [4]. Ещё более широкий взгляд рассматривает инновационный процесс как составляющую практически всей предпринимательской деятельности, так как в результате такой организации выступает или новый товар, товар с принципиально новыми характеристиками, свойствами. Или в организации используется частичная инновация, новые элементы и приёмы, связанные с организацией производства, техническими элементами производства, изменениями качественных характеристик производимого товара. Предпринимательская активность является проявлением инновационности и развивает продуктивное воображение, аналитические способности, стремление реализовать креативную идею в практической деятельности [5].

Исходя из концепции Microsoft [2], можно утверждать, что в каждой организации имеется уникальный набор ресурсов знаний и конкретные бизнес-проблемы, к которым эти ресурсы должны быть приложены. Поскольку управление знаниями охватывает культурные, стратегические, производственные и технологические аспекты, необходимо всем сотрудникам предоставить возможности и средства для совместного использования своих знаний и при разработке ими решений ориентироваться на конкретные проблемы бизнеса.

При создании системы управления знаниями, ориентированной на реальные стратегические потребности бизнеса, следует рассмотреть области решения следующих задач:

а) обеспечения соответствия между системами управления знаниями и конкретными бизнес-процессами;

б) организационной динамики и устранения тех барьеров на пути совместного использования знаний, которые мешают развитию новаторского подхода;

в) обеспечения возможности совместного использования знаний с помощью известных методов и средств.

Система управления организационным знанием как основой формирования интеллектуального капитала и инновационной стратегии обеспечивает:

аудит внутренних инновационных и рутинных бизнес-процессов и внешних инновационных процессов с тем, чтобы оценить временной период утраты уникальности;

моделирование указанных процессов и их интеграцию для разработки новых бизнес-процессов и бизнес-моделей;

инвентаризацию различного вида знаний, в том числе полученных вне организации на этапе научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), и возможность их эффективного использования за счет повышения творческой активности персонала и менеджеров [3].

Таким образом, можно отметить, что управление знаниями становится необходимым элементом стратегического управления организацией и тесно связано с инновациями. Использование такого подхода даёт организациям конкурентные преимущества за счёт своевременного анализа существующей ситуации, накопления интеллектуального капитала, знаний и опыта не только у отдельных сотрудников, но и транслирование его всей команде. Позволяет своевременно адаптировать и развивать ключевые компетенции персонала организации.

Список использованных источников:

1. Агафонова В.В., Погорелова Е.В. Стратегия управления знаниями на предприятии // Российское предпринимательство. – 2006. – Том 7. – № 3. – С. 14-17.

2. Букович У., Уильямс Р. Управление знаниями – руководство к действию: Пер. с англ. - М.:ИНФРА-М, 2002. - 504 с.

3. Никифорова Л.Е., Цуриков С.В. Стратегическое управление организацией на основе триады «знания – интеллектуальный капитал – инновации» // Экономика и менеджмент, №6 (89), 2011. – с. 95-104.

4. Одинцов А.А., Одинцов А.А. Управление инновационными технологиями. / Учебное пособие. М.: РИО МГУДТ. – 2012. – 268 с.

5. Одинцова, О.В. Управленческая психология предпринимательства в сфере сервиса. Монография – М.: ИИЦ МГУДТ, 2010. - 216 с.

6. Скарбро Г. Управление знанием, управление персоналом и инновационный процесс // Менеджмент дайджест, №5, 2014. С. 2-17.

©Камышева А.В., Одинцова О.В., 2017

УДК 369

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

Назарова А.М., Губачев Н.Н.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Переход экономики России на рыночные условия развития поставил социальную сферу в кризисное положение. С одной стороны, проблема состоит в недостаточной разработанности теоретической базы к новым для данной сферы условиям хозяйствования, с другой – финансирование социальной сферы по остаточному принципу при новой экономической системе стало необоснованным, исходя из роста реальных потребностей. При этом услуги социальной сферы востребованы всеми гражданами. Снижение издержек производства потребительских товаров, повышение качества и доступности услуг социальной сферы лежат в обусловленной научно-техническим прогрессом смене технологий, осуществляемой через инновации. Взятый страной курс на инновационное развитие российской экономики выдвигает новые задачи перед отраслями социальной сферы страны [3, с. 117]. При этом имеем два важнейших фактора экономического роста – инновации и человеческий капитал, взаимосвязанные аспекты одного стратегического курса.

Постоянное возрастание доли пожилых во всём населении становится влиятельной социально-демографической тенденцией практически всех развитых стран. Такой процесс обусловлен двумя причинами. Во-первых, успехи здравоохранения, взятие под контроль ряда опасных заболеваний, повышение уровня и качества жизни ведут к увеличению средней ожидаемой продолжительности жизни людей. С другой стороны, процесс устойчивого снижения рождаемости, ниже уровня простого замещения поколений, уменьшения числа детей, рожденных одной женщиной, за весь ее репродуктивный период, приводит к тому, что уровень естественной смертности в нашей стране превысил уровень рождаемости. На смену каждому поколению приходит следующее поколение меньшей численности; доля детей и подростков в обществе неуклонно снижается, что вызывает соответствующий рост доли лиц старшего возраста.

В соответствии с международными стандартами, инновацию определяют как «конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного

продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальном услугам».

Термин «инновация» был введён в оборот ещё в начале нашего столетия Йозефом Шумпетером, американским экономистом, известным своими работами в области истории экономических учений. Он рассматривал инновации как посредника между изобретением и его внедрением в экономику [2, с. 307].

Социальное нововведение – создание новых средств для удовлетворения социальных потребностей.

Социальная инновация – сознательно организуемое нововведение или новое явление в практике.

Особенности социальных инноваций:

1. Результат коллективного творчества (при разработке материально-технических инноваций преобладает индивидуальное авторство);

2. Отдача от социальных инноваций несколько отдалена во времени, их эффект не проявляется быстро и не носит конкретного характера;

3. Более четкая обусловленность внешней средой, более широкая сфера применения в зависимости от групповых и личностных качеств людей, задействованных в осуществлении данной инновации.

Технология социальной работы представляет собой алгоритм деятельности, в результате которого достигается определённая социально значимая цель и преобразуется объект воздействия. Социальная технология – деятельность процессуальная, характеризующаяся сменой содержания, форм, методов, которые циклично повторяются при решении каждой новой задачи в социальной работе. Содержание такого цикла (от возникновения задачи до её решения) есть технологический процесс, сущностной характеристикой которого является устойчивая, повторяющаяся, последовательная во времени смена содержания деятельности с единым замыслом. Программа решения задач, точно предписывающих, как и в какой последовательности операций получить определённый результат – это основа технологического процесса, его алгоритм. Существенными компонентами технологического процесса являются операции и инструментарий. Под операциями понимаются простейшие действия, направленные на достижение конкретной цели, не разлагаемой на более простые. Совокупность операций составляет процедуру технологического процесса. Средства, применяемые для достижения цели воздействия на личность или социальную общность – суть инструментария технологического процесса. Последовательность

процедур и операций, предписываемая алгоритмом, отражает структуру и содержание технологического процесса. В общем виде в технологическом процессе можно выделить четыре этапа: формулирование цели воздействия; выработку и выбор способов воздействия; организацию воздействия; оценку и анализ результатов воздействия.

Социальная работа предполагает как работу с проблемой клиента, так и с различными государственными и негосударственными службами, учреждениями, организациями, отдельными профессионалами по поводу решения этой проблемы. Соответственно, в данной деятельности представлены не только интересы человека, но и общества, его институтов, профессиональные интересы специалиста, разногласия между которыми необходимо преодолевать. Как посредник между человеком и государством, социальный работник стремится обеспечить связь клиента с системами общества и государства, которые могут обеспечить его средствами выхода из трудной жизненной ситуации, содействует эффективной и скоординированной работе этих систем, пытается привлечь внимание органов государственной власти к решению актуальных социальных проблем.

В результате установления и поддержания необходимых контактов с другими профессионалами, взаимного обмена информацией, технологиями, инструментарием, оптимизируются социальные отношения между клиентами и группами клиентов, специалистами и их службами, личностью и государством и пр. При этом исследователи подчеркивают, что на первом месте в посреднической деятельности социального работника должна быть защита интересов и прав клиента

Благодаря универсальному, инновационному и посредническому характеру взаимодействий в социальной работе, синтезу ее структурного и процессуального начал, становится возможным обеспечить равновесность и динамизм систем, осуществляющих социальные изменения в интересах людей.

По данным Департамента социальной защиты населения г. Москвы, в городе функционирует 122 центра социального обслуживания населения (ЦСО). Около 20 лет назад, на этапе формирования, основу таких центров составляли несколько отделений: срочного социального обслуживания, дневного пребывания, социального обслуживания на дому. За последние несколько лет структура центров претерпела ряд существенных изменений. Во многих из них появились отделения реабилитации, консультативное и организационно-аналитическое отделения, помощи семье и детям и т.д. Больше половины всех существующих ЦСО по сути

являются комплексными центрами, предоставляющими населению широкий спектр социальных услуг единовременного и постоянного характера [1, с. 196]. И, тем не менее, основой их функционирования считаются отделения социальной помощи на дому, обслуживающие наиболее незащищенные и уязвимые группы населения – пожилых людей и инвалидов. Основные виды социального обслуживания:

Оказание социально-медицинских услуг (получение талонов к врачу и льготных лекарств, приобретение лекарств, не относящихся к категории льготных, поиск дешевых или редких лекарственных средств, содействие в проведении медико-социальной экспертизы (оформлении инвалидности), сопровождение в лечебно-профилактические учреждения).

Потребность в отдельных видах социально-бытовых услуг (покупка и доставка продуктов питания, доставка на дом горячего питания, помощь в уборке квартиры, вызов электрика, сантехника, уход за домашними животными и растениями, оплата коммунальных услуг, помощь в передвижении по городу, пользование услугой «социального такси»).

Потребность в социально-правовых услугах (консультации по юридическим вопросам, содействие в получении установленных законодательством льгот и преимуществ, бесплатной помощи адвоката).

Востребованность социально-психологических услуг (общая потребность в консультациях психолога на базе ЦСО, готовность принимать участие в кружках и клубах ЦСО, определение потребности и характера контактов подопечных с родственниками: помощь при выезде на дачу, поездок к родственникам).

Сегодня важной задачей социальных работников, специалистов по социальной работе является внедрение в свою практическую деятельность как хорошо зарекомендовавших себя традиционных технологий, так и инновационных технологических процедур. Неотъемлемым элементом инновационных технологий социальной работы должна стать их ориентация на овладения клиентом способностей социального самообеспечения, социальной самозащиты.

Таким образом, инновационные социальные технологии определяются основным средством выхода из кризисного состояния: во-первых, отсутствие инновационных социальных технологий модернизации общественных отношений неизбежно ведет к социальным бедствиям; во-вторых, социальная поддержка приобретает массовый характер и становится объективной необходимостью, в связи с чем стандартизируются и унифицируются социальные услуги, методики, формы, приемы и способы социального действия; а также

разрабатываются теоретические основы и практические механизмы общественно-государственного регулирования, новые средства и методы решения социальных проблем.

Список использованных источников:

1. Абросимова, М. А. Информационные технологии в государственном и муниципальном управлении / М.А. Абросимова. - М.: КноРус, 2017. – 248 с.

2. Адизес И. Стили менеджмента. Эффективные и неэффективные = англ. Leading Management/Mismanagement Styles: How to Identify a Style and What to Do about It. - М.: «Альпина Паблишер», 2015. – 198с.

3. Гимазова, Ю. В. Государственное и муниципальное управление / Ю.В. Гимазова. - М.: Юрайт, 2014. – 464 с.

©Назарова А.М., Губачев Н.Н., 2017

УДК 331.108.2

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД В ПОДБОРЕ, ОТБОРЕ И НАЙМЕ ПЕРСОНАЛА

Назарова В.Ю., Ливанский М.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Актуальность темы обусловлена тем, что российский рынок труда развивается чрезвычайно динамично. Этому развитию сопутствуют новые методы поиска, подбора и оценки персонала, заимствованные из зарубежного опыта или разрабатываемые флагманами отечественного рекрутмента. Различные инновации в этой сфере появляются практически ежегодно, влияя на «незыблемые» приоритеты и устоявшиеся стереотипы.

Поиск высококвалифицированных работников является актуальной проблемой для большинства современных предприятий в условиях Российской экономики. Грамотный и качественный отбор кадров способен многократно повысить эффективность работы компаний. Инновационная политика в сфере управления персоналом создает благоприятные условия труда, а также обеспечивает возможность карьерного роста и необходимую степень уверенности в завтрашнем дне.

Детализированный подход к процессу отбора кадров гарантирует качество трудовых ресурсов, во многом определяющее эффективность и возможность дальнейшего использования. Совсем недавно одним из главных показателей инновационного развития организации считались

количество технических нововведений, изобретений и степень их использования, но при этом инновации в управленческой деятельности не рассматривались. Хотя внедрению достижений научно-технического прогресса и их распространению способствуют именно управленческие инновации.

В управленческой сфере особое значение имеет психологическая составляющая взаимоотношений между людьми. Инновационные исследования показывают, что результат производственной деятельности во многом предопределен решением вопросов, связанных с методами воздействия на личностно-психологические компетенции работника с целью формированием «нового» работника, а также улучшения результативности деятельности компании [2, с. 147].

Приоритетным направлением вышеназванной сферы является способность руководителя создать условия для реализации потенциальных возможностей каждого работника, проявления активного интереса к своей работе, стремления решать поставленные перед ним задачи оптимальным способом. Успех организации в большей степени зависит от умения менеджера взаимодействовать с коллегами, от его профессиональных и личностных качеств, а также от способности эффективно руководить работниками.

Любой руководитель должен иметь элементарные представления об основах психологии, о психологии труда и управления, чтобы решать проблемы управления своей организацией рационального подбора, расстановки и использованию кадров. А с точки зрения специалиста-психолога, он должен воспользоваться всем комплексом полученных знаний, для успешной работы с людьми, для создания благоприятной обстановки в коллективе, для достижения более эффективной и продуктивной деятельности всей организации.

Инновационный характер деятельности современных компаний изменяет требования к работнику, в большей мере повышая значимость творческого отношения к работе и высоких профессиональных качеств. Эта тенденция уже привела к значительным изменениям в методах, принципах, а также в социально-психологических вопросах управления кадрами.

Одним из приоритетных направлений формирования инновационной инфраструктуры управления персоналом в России должно стать формирование инновационных центров, внебюджетных и бюджетных организаций по подготовке специалистов, занимающихся вопросами управления персоналом, которые и составят основу, «интеллектуальное

ядро», наукоемких инновационных предприятий и будут способствовать передаче на рынок более качественной и конкурентоспособной научно-технической продукции. При этом современный кадровый менеджмент должен создать предпосылки для решения актуальных проблем персонала. Среди его возможностей: улучшение профессиональной подготовки работников, активизация взаимодействия между подразделениями фирмы, повышение значения коллективов различных звеньев компании в решении производственных задач [1, с. 129].

Инновационная трансформация управления кадрами в первую очередь направлена на реализацию политики мотивации, ориентированную на расширение эффективного взаимодействия персонала с руководством для достижения общих целей. Это стимулирует работников к развитию своего потенциала, активному, продуктивному и творческому труду.

Происходящие трансформации требуют своевременного выявления возможных инновационных проблемных ситуаций в сочетании с проблемами управления персоналом. Среди проблем, которые возникают в этой связи, можно выделить следующие противоречия:

между научно-техническим уровнем нового производства и сложившимся уровнем квалификации кадров;

между способностью учебных заведений по подготовке, переподготовке и повышению квалификации и требуемой квалификацией персонала;

между качественно новыми задачами развития работников и недостаточным уровнем подготовки службы управления кадрами к этой работе;

между уровнем мотивации и квалификации работников;

между элитными кадрами и основной массой персонала компании;

между существующей организационной структурой и реализуемой кадровой стратегией и др.

Обычным явлением постепенно становится дистанционный метод подбора и найма персонала в организациях. Он практически полностью поменял традиционную картину рынка труда и работы рекрутинговых агентств. При правильной организации такой подход может иметь массу преимуществ: Возможность приема на работу кандидата практически из любой точки мира. Дистанционное собеседование, которое незаменимо для быстрого проведения первичного отбора. Экономия времени на проведения собеседований. Возможность одновременного проведения собеседований для всех филиалов в разных регионах.

Спектр вакансий, которые можно закрыть дистанционно, постоянно увеличивается. Если пару лет назад это были преимущественно представители IT-профессий, бухгалтеры, дизайнеры, журналисты, то сейчас так подбирают даже сотрудников рабочих специальностей. Дистанционный подбор персонала имеет некоторые особенности, которые нужно учесть перед его проведением, поскольку риск любого дистанционного подбора персонала заключается в неполучении объективной и полной информации о человеке. Снизить эти риски можно при помощи использования видеосвязи при собеседовании, поскольку визуальная информация дает больше сведений о кандидате. Рекрутеру требуется умение выявлять проблемных кандидатов, а также находить именно тех, кто справится со своими функциями [3].

Разрешение вышеуказанных несоответствий создаст благоприятные условия для постоянного и эффективного обновления систем управления персоналом, которые будут способны учитывать сложность внешней конкурентной среды, предвидеть и реализовывать появляющиеся возможности результативного использования инновационного потенциала кадрового состава предприятия, а также совершенствовать работу с сотрудниками на каждом этапе жизненного цикла компании.

Список использованных источников:

1. Полякова, О.Н. Управление персоналом: Учебник / И.Б. Дуракова, Л.П. Волкова, Е.Н. Кобцева, О.Н. Полякова. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 570 с.

2. Яхонтова, Е.С. Инновационное управление персоналом: Учебное пособие / Е.С. Яхонтова. - М.: ИД Дело РАНХиГС, 2015. - 384 с.

3. Лымарева О.А., Горенко А.А. Инновационный подход в кадровом менеджменте // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2013. № 10 [Электронный ресурс]. URL: http://ekonomika.snauka.ru/2013/10/3132

©Назарова В.Ю., Ливанский М.В., 2017

УДК 658

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

Образцова О.Д., Огурцова Н.С.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В рыночной экономике инновации выступают как средство в конкурентной борьбе, повышают имидж производителя. Без инновационной деятельности немыслим научно-технический прогресс. Инновационная деятельность – это деятельность по созданию, доведению научно-технических идей, изобретений, разработок до результата, который можно практически использовать и распространять. Цели управления инновационной деятельностью – генерирование, инициирование, контролирование новых идей, создание условий для разработки и вывода инновационной продукции на рынок. Стратегическое управление инновационным проектами следует рассматривать как подсистему инновационного менеджмента. Благодаря такой подсистеме решаются вопросы планирования инновационных проектов, обеспечивающие значительные качественные изменения в социальной сфере, предпринимательстве, производстве.

Стратегическое управление инновационными проектами включает в себя ситуационный анализ, прогноз влияния диапазона предпринимательских и производственных факторов успеха, основными из которых являются система управления и ее организационные формы, потенциал сферы разработок и исследования, культура и этика предпринимательства [1, с. 34].

В сфере инновационных технологий жизненные циклы проектов являются основными инновационными процессами, стратегическое управление которыми разделяется на ряд направлений, таких как: система обеспечения инновационных проектов; жизненный цикл инновационных проектов; система стратегического планирования инновационных проектов. Стратегическое управление системой обеспечения проектов ориентировано на рост эффективности вложений; качество трудовых ресурсов-участников проектных мероприятий; прозрачность расходов и соответствие затрат полученному результату; учет влияния бизнес – рисков на задачи и цели реализуемых проектов.

В системе стратегического планирования инноваций выделяются следующие целевые ориентиры процесса генерации проекта: обеспечить достижение проектных целей; достичь соответствия информационной системы требованиям контрактов, нормативных актов, законодательства; определить порядок потребностей бизнеса; адекватно отреагировать на организационные требования и требования бизнеса, которые соответствуют принятой стратегии.

Получение прибыли за счет реализации инновации прямо соответствует целевой функции любого коммерческого хозяйствующего субъекта. Это совпадение служит стимулом к новым инновациям; побуждает постоянно изучать спрос, совершенствовать организацию маркетинговой деятельности, применять более современные приемы управления финансами (реинжиниринг, бранд-стратегия, бенчмаркинг). Все вышеперечисленное составляет содержание стимулирующей функции инновации.

Выработка стратегии развития фирмы осуществляется на основе полученных прогнозов развития рынков, которые заняты выпуском данного вида продукции, оценки потенциальных рисков, проведенного анализа финансово-хозяйственного состояния и достигнутого уровня эффективности управления фирмой, а также анализа сильных и слабых сторон ее деятельности. По мнению ряда зарубежных исследователей, достижение генеральных целей любого предприятия зависит от трех основных факторов: выбранной стратегии, организационной структуры и того, каким образом эта структура функционирует. Эффективность деятельности предприятия определяется с учетом каждого из этих факторов. Однако принцип максимальной эффективности трудно реализовать на практике – в основном из-за сложностей предвидения отдаленного будущего.

К стратегическому управлению жизненными циклами проектов относятся такие цели, как: обеспечение саморазвития и достижение экономичности расходов, создание гибкой информационной системы, внедрение проекта в установленные сроки, выполнение бюджета [3, с. 219]. Общие задачи стратегического управления инновационными проектами должны отвечать на такие вопросы, как [3, с. 448]:

При помощи каких методов, программ, проектов, нововведений можно достигнуть стратегические цели;

Из какого источника, в каком масштабе будут выделены ресурсы для реализации стратегических целей;

Какими организационными формами будет осуществляться на предприятии инновационный процесс;

Какой необходим стиль управления, инструментарий и состав сотрудников;

Где и чем должна в перспективе быть обеспечена активность предприятия, учитывая различные ограничения, накладываемые внешней средой.

Вырабатывать стратегию управления инновационными проектами необходимо с учётом следующих задач:

Оценить ресурсы и возможности предприятия для успешной реализации проекта;

Разработать стратегические цели;

Проанализировать тенденции в научно-технической и маркетинговой сфере;

Определить инновационные стратегии, выбрать альтернативы;

Подготовить детальные оперативные планы, проекты, программы, бюджеты;

Оценить деятельность предприятия, учитывая установленные планы и цели.

В заключении необходимо отметить, что методология стратегического менеджмента как инструмент управления инновационными проектами обеспечивает значительное повышение эффективности проектной деятельности, способствует развитию творческого потенциала участников проектных мероприятий, позволяет минимизировать бизнес-риски в ходе реализации проектов.

Список использованных источников:

1. Базарова Л.А., Сухоруков И.А., Бондарев С.А. Специфика управления инновационным предприятием // Инновации. – 2014. - № 7. - С. 101 – 104.

2. Долятовский Л.В. Стратегия развития фирмы на основе внедрения инноваций // Менеджмент организаций. – 2014. - № 4. - С. 328 - 333.

3. Рахимова С.А. Инновационный процесс, необходимость управления инновационным процессом // Актуальные вопросы экономических наук. – 2013. - № 32. - С. 121 - 125.

4. Саябек З. Инновации, их разработка и внедрение // Общество и экономика. – 2013. - № 11 - 12. - С. 184 - 189.

5. Шевченко М. Специфика инновационных конфликтов // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2011.-№ 3. - С. 123 - 125.

©Образцова О.Д., Огурцова Н.С., 2017

УДК 330.1

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ АЛЬЯНСОВ

Палашкевич М.С., Ильин С.Ю.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Стратегические альянсы имеют важное народнохозяйственное значение для национальной экономики ввиду своего синергетического эффекта, обеспечивающего государству, самим участникам (организациям) дополнительные финансовые резервы, необходимые для регулирования и поддержания на высоком уровне обеспеченности населения требующимися ему материальными и нематериальными благами (товарами и услугами). В этой связи рассмотрим закономерности, связанные с учетом первичных факторов их формирования, которые в обязательном порядке должны учитывать организации с целью принятия руководством обоснованных управленческих решений по эффективному формированию стратегических альянсов.

При учете первичных факторов формирования стратегических альянсов авторы опираются на труды таких исследователей, как Д.М. Дмитриева [1, с. 114], С.Н. Калюгина [2, с. 17], А.В. Куценко [3, с. 73], А.А. Лысоченко [4, с. 36], А.С. Труфкин [5, с. 4] и в процессе их изучения предлагают выделять следующие факторы приоритетного направления:

1. Разделение труда. Основу разделения труда составляют специализация и кооперация.

Специализация – это сфера деятельности, связанная с производством определенных видов продукции.

Формы специализации:

1) предметная специализация (специализация на производстве определенных видов готовой продукции);

2) подетальная специализация (специализация на производстве определенных составных частей готовой продукции (например, узлов и деталей, запасных частей));

3) технологическая специализация (специализация на осуществлении определенных технологических процессов при производстве готовой продукции или ее составных частей).

По уровню и направлению специализации определяют степень универсальности, стратегию и тактику организации.

Факторы развития специализации:

1) наличие трудовых ресурсов;
2) уровень технического развития производства;
3) наличие транспортных средств;
4) масштабы территории;
5) территориальная концентрация;
6) природно-климатические условия;
7) сезонность производства;
8) экологическая обстановка.

Кооперация – это совместное регулирование воспроизводственных процессов.

Формы кооперации:

1) внутрихозяйственная кооперация (кооперация в масштабах одной организации). Выражением внутрихозяйственной кооперации является процесс концентрации, который заключается, прежде всего, в функционировании крупной организации;

2) межхозяйственная кооперация (кооперация в масштабах нескольких организаций). Выражением межхозяйственной кооперации является процесс интеграции, который заключается в функционировании объединения организаций.

Формы объединений организаций:

1) картель (объединение организаций с целью осуществления единой производственно-сбытовой, научно-технической, кадровой политики при сохранении ими экономической и юридической независимости);

2) синдикат (объединение организаций с целью создания единой конторы по сбыту продукции при сохранении ими экономической и юридической независимости);

3) пул (временное объединение организаций, предусматривающее поступление прибыли в общий бюджет, а затем ее распределение между участниками в заранее установленной пропорции);

4) консорциум (временное объединение организаций для решения конкретных задач при осуществлении определенных видов деятельности);

5) концерн (объединение организаций с целью осуществления единой производственно-сбытовой, научно-технической, инвестиционной, финансовой, внешнеэкономической и иной деятельности);

6) конгломерат (объединение организаций различных отраслей экономики, не имеющих между собой никаких производственных или функциональных связей, под единый финансовый контроль);

7) трест (объединение организаций, при котором они теряют свою экономическую и юридическую независимость и функционируют по единому хозяйственному плану);

8) финансово-промышленная группа (ФПГ) (объединение организациями производственного, торгового и финансового капиталов с целью реализации общих экономических интересов);

9) холдинг (объединение организаций, при котором одна организация владеет контрольными пакетами акций других организаций и управляет их деятельностью);

10) ассоциации и союзы (некоммерческие организации, созданные коммерческими организациями для координации своей предпринимательской деятельности, а также представления и защиты общих имущественных интересов).

2. Инфраструктура. Под инфраструктурой понимают совокупность отраслей, обеспечивающих стабильное функционирование основного производства и необходимые социально-бытовые и социально-культурные условия работникам и членам их семей.

Факторы формирования инфраструктуры:

1) уровень квалификации работников вспомогательного и обслуживающего персонала;

2) уровень технического развития производства;

3) наличие транспортных средств и подъездных путей;

4) природно-климатические условия;

5) сезонность производства;

6) уровень и направление специализации;

7) уровень развития кооперации;

8) научно обоснованное размещение производства.

3. Инновации. Инновации представляют собой результат практического освоения новшеств (новаций), применяемых в деятельности организации.

Виды инноваций:

1) в зависимости от технологических параметров и сферы приложения:

а) продуктовые инновации (инновации, связанные с созданием и применением новой продукции);

б) процессные инновации (инновации, связанные с созданием и применением новых технологий и новых методов управления);

в) рыночные инновации (инновации, связанные с реализацией новой продукции, новых технологий и методов управления на коммерческой основе);

2) в зависимости от причины возникновения:

а) стратегические инновации (инновации, ориентированные на долгосрочную перспективу);

б) тактические инновации (инновации, ориентированные на текущие ситуации);

3) в зависимости от выполняемых функций:

а) основные инновации (инновации, связанные с главными (специализированными) видами деятельности);

б) дополняющие инновации (инновации, связанные с вспомогательными и второстепенными видами деятельности).

Функции инноваций:

1) воспроизводственная функция. Инновации способствуют непрерывному осуществлению процессов производства, распределения, обмена и потребления. Данная функция обеспечивает постоянство и стабильность деятельности;

2) инвестиционная функция. Инновации способствуют расширению воспроизводства. Данная функция обеспечивает получение дополнительной экономической выгоды;

3) стимулирующая функция. Инновации способствуют расширению воспроизводства на качественной основе. Данная функция обеспечивает получение дополнительной экономической выгоды интенсивными способами.

Выделяемые авторами первичные факторы формирования стратегических альянсов, во-первых, предусматривают комплексность и системность решения хозяйственных вопросов, во-вторых, отвечают современным реалиям, базирующимся на передовых научно-технических достижениях, способствующих росту ресурсосбережения и, следовательно, снижению ресурсозатратности.

Список использованных источников:

1. Дмитриева Д.М. Доверие как условие функционирования стратегического альянса: теоретико методологический подход / Д.М. Дмитриева // Креативная экономика. – 2012. – Том 6. – № 12. – С. 111-117.

2. Калюгина С.Н. Стратегические альянсы промышленных предприятий и их влияние на развитие социальной ответственности российского бизнеса / С.Н. Калюгина // Российское предпринимательство. – 2011. – Том 12. – № 2. – С. 17-23.

3. Куценко А.В. Современные формы стратегического взаимодействия – слияния и поглощения и создание стратегических альянсов на примере нефтегазовой отрасли / А.В. Куценко // Российское предпринимательство. – 2011. – Том 12. – № 6. – С. 71-75.

4. Лысоченко А.А. Теоретические основы стратегического управления: Учебник / А.А. Лысоченко, О.Ю. Свиридов. – Ростов н/Д.: Содействие – XXI век, 2016. – 420 с.

5. Труфкин А.С. Межорганизационное обучение в стратегических альянсах компаний / А.С. Труфкин // Креативная экономика. – 2009. – Том 3. – № 9. – С. 3-7.

©Палашкевич М.С., Ильин С.Ю., 2017

УДК 331.101.3

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К СТИМУЛИРОВАНИЮ И МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА К ВЕДЕНИЮ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КРУПНЫХ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ

Огурцова Н.С., Зотов В.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Современное положение экономики в Российской Федерации заставляет активно конкурировать между собой организации, как на внутреннем, так и на внешнем рынке. В качестве конкурентного преимущества, многие организации разрабатывают и применяют новые формы и методы ведения дел. В настоящее время все эти характеристики сконцентрированы в одном определении – инновации. Инновационные преобразования в большей степени сопряжены с риском, и большая часть крупных организаций к ним не готовы [2, с. 111]. Не только конкуренция является движущей силой для преобразования продуктов и качества оказываемых услуг, но так же в этом помогает и государственная политика, направленная на инновационное развитие, а именно, государство предоставляет субсидии и гранты на разработку новой наукоемкой продукции, в том числе и модернизацию используемой ранее продукции. Организациям, которые работали множество лет по одной и той же технологии, тяжело перестраиваться на новые «инновационные рельсы», а еще сложнее замотивировать персонал предлагать новые идеи.

Мотивация – это один из пунктов функций менеджмента, который является первостепенным для успешного выполнения, требуемых от руководства, задач [5, с. 74]. Именно от мотивации зависит качество продукции и уровень оказываемых услуг. Классическая теория менеджмента рассматривает мотивацию, как процесс побуждения людей к деловой активности для достижения личных целей, а также целей организации. Если рассматривать организацию как субъект в целом, то для неё мотивацию можно разделить на два вида – внутреннюю и внешнюю. Внутренняя мотивация подразумевает мотивацию персонала, а внешняя – руководства. В таком случае, персонал мотивирует внутреннее положение дел организации, а мотивация руководства находиться за ее пределами. Каждой организации, имеющей в распоряжения штат сотрудников, необходимо иметь внутренний документ регламентирующий систему мотиваций и стимулирования работников. Это необходимо для открытости организации. Таким образом, руководство становиться ближе к сотрудникам, и дает им уверенность в том, что в случае необходимости при решении вопросов их мнение будет учитываться. Через такой, вроде бы, простой документ решаются так же и социальные потребности в лидерстве, карьерном росте и признании для самого сотрудника в целом.

В настоящий момент многие крупные компании (АО «Транснефть», ПАО «НК Роснефть», ПАО «Газпром», ПАО «РусГидро», ПАО «МТС» и АО «СОГАЗ») занимаются доработкой и актуализацией базы данных «Внутреннее нормативное обеспечение деятельности Общества». Более 40% общей массы указанной базы составляют внутренние нормативные документы в области стимулирования и мотивации персонала компании. Одним из преимуществ наличия централизованной системы в области управления персоналом является то, что все изменения в документах, регламентирующих внутреннюю трудовую деятельность персонала, осуществляются на основании приказа высшего руководства организации, что позволяет контролировать отношения руководящего состава и персонала на различных уровнях власти. Например, в ПАО «Газпром», а также его дочерних обществах на основании внутреннего нормативного документа «Положение о премировании работников Общества», квартальная премия является гарантированным материальным поощрением, размер которого зависит от выполнения ключевых показателей эффективности оценки деятельности работника и отработанного времени в отчетном периоде. Лишение работника квартальной премии свыше 30% допустимо на основании служебной

записки непосредственного руководителя Председателю Правления Общества.

Одного документа, безусловно, для стимулирования работников недостаточно. Необходима налаженная система, которая позволит обеспечить необходимую мотивацию труда, то есть стимулирование работников организации к активной деятельности через удовлетворение их собственных же потребностей.

К мотивам руководства компании можно отнести: государственную поддержку инноваций, состояние рынка и сегмента, активность и финансовые возможности инвесторов. Конечно же, направление в инновационную сторону задается по иерархии власти внутри организации. Сотрудник, проработавший на одном месте много лет и выполняющие одни и те же функции, не станет выдвигать предложения по развитию самостоятельно, без каких либо на то личных причин и нормативной базы, которая поощряет их. Организация, в свою очередь, не намерена менять технологию производства, если нет на то предпосылок, так как это отнимает время и влечет дополнительные затраты в материальном и финансовом плане.

Самым основным и широким методом мотивации персонала является забота о сотруднике, со стороны руководства [3, с. 53]. Сотруднику необходимо чувствовать себя незаменимой частью команды, осознание возложенной на него ответственности. Из этого должно следовать, что необходимо создавать условия для творческой деятельности с соответствующим уровнем признания и уровнем оплаты труда: необходимо уважать каждого работника и выделять его занимаемую должность, уважать уровень образования и культуры работника, условия труда, ситуацию и обстановку в организации, состояние внешней среды. Размер заработной платы играет не последнюю роль. Работники должно быть удовлетворены ее уровнем. В экономической статье так же должны быть отражены: оплата больничных, окладов, сверхурочных, премий и так называемых административных премий (за личный вклад, за ведение здорового образа жизни, за творческий подход к делу и т.п.).

Для достижения положительного результата мотивационных методов необходимо ввести инновационную деятельность на всех этапах жизненного цикла продукции или услуги. Чтобы данная практика прижилась, необходимо использовать японскую модель инновационного процесса [5, с. 441]. При параллельной деятельности интегрированных групп, новые идеи возникают и разрабатываются на всех стадиях инновационного процесса. Между стадиями существуют взаимодействия

(«петли обратной связи»), что помогает работнику оценить результат своей деятельности.

Резюмируя вышесказанное, следует вывод: путь, от традиционного производства к инновационному, невозможно пройти без надежных, заинтересованных в своем деле и нацеленных на конечный результат сотрудников. Позиция и политика руководства компании, вера в руководство, признание заслуг и создание творческого пространства для каждого работника позволит сдвинуть производство на инновационный путь развития.

Список использованных источников:

1. Бакирова Г. Х. Психология развития и мотивации персонала; Юнити-Дана – Москва, 2013. – 440 с.

2. Башмаков В. И., Тихонова Е. В. Управление социальным развитием персонала; Академия – Москва, 2012. – 240 с.

3. Воротынцева Т., Неделин Е. Строим систему обучения персонала; Речь – Москва, 2014. – 128 с.

4. Краснова Н. В. Развитие персонала компании; Московская Финансово-Промышленная Академия – Москва, 2014. – 118 с.

5. Нюттен Жозеф. Мотивация, действие и перспектива будущего; Смысл – Москва, 2013. – 608 с.

©Огурцова Н.С., Зотов В.В., 2017

УДК 369

ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ С ПОЖИЛЫМИ ЛЮДЬМИ В МОСКВЕ В 2016-2017 гг.

Сабельникова Е.П., Губачев Н.Н.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Российская Федерация – государство со сложной медико-демографической ситуацией, высокой средней долей пожилых людей в составе населения, которые формируют устойчивый спрос на социальные услуги. И в обозримом будущем он будет возрастать. Это объясняется наличием групп пожилых людей с особыми потребностями: инвалидов пожилого возраста (5,3 млн. человек), лиц старше 70 лет (12,5 млн. человек), долгожителей (около 18 тыс. человек от 100 лет и старше),

одиноких длительно болеющих пожилых людей, пожилых жителей отдаленных сельских районов (около 4 млн. человек) [2, с. 111].

Десятилетие реформ принесло значительные достижения в области социального обслуживания населения пожилого возраста: право на социальное обслуживание в РФ установлено законодательно, социальные службы развиваются ускоренно, имеются учреждения социального обслуживания населения различных типов, финансовое, материально-техническое, кадровое обеспечение их деятельности постоянно улучшается, совершенствуются применяемые технологии социального обслуживания, постепенно внедряются методы индивидуальной оценки нуждаемости в помощи и социальных услугах, расширяется участие негосударственных структур в этой деятельности. Сегодня на первый план выходит задача повышения качества предоставляемых социальных услуг – пожилые люди должны получать не те услуги, которые могут предоставить им социальные службы, а услуги необходимые, строго соответствующие индивидуальной нуждаемости в них [1, с. 54].

Оказание социально-медицинских услуг (получение талонов к врачу и льготных лекарств, приобретение лекарств, не относящихся к категории льготных, поиск дешевых или редких лекарственных средств, содействие в проведении медико-социальной экспертизы (оформлении инвалидности), сопровождение в лечебно-профилактические учреждения).

Потребность в отдельных видах социально-бытовых услуг (покупка и доставка продуктов питания, доставка на дом горячего питания, помощь в уборке квартиры, вызов электрика, сантехника, уход за домашними животными и растениями, оплата коммунальных услуг, помощь в передвижении по городу, пользование услугой «социального такси»).

Потребность в социально-правовых услугах (консультации по юридическим вопросам, содействие в получении установленных законодательством льгот и преимуществ, бесплатной помощи адвоката).

Востребованность социально-психологических услуг (общая потребность в консультациях психолога на базе ЦСО, готовность принимать участие в кружках и клубах ЦСО, определение потребности и характера контактов подопечных с родственниками [3, с.231]: помощь при выезде на дачу, поездок к родственникам).

Проведены исследования в следующих областях:

1) Пожелания относительно посещения социальных работников (время и частота посещения помимо визитов, связанных с доставкой продуктов питания).

2) Общие показатели работы социального работника (частота заказов продуктов питания, авансирование приобретения продуктов питания и других товаров, случаи отказа социальных работников в приобретении и доставке отдельных видов продуктов и товаров).

3) Общая удовлетворенность клиентов качеством обслуживания. Исследование проводилось методом стандартизированного интервью. Для осуществления сбора данных был разработан опросный лист и инструкция интервьюеру.

Социально-демографические данные позволили составить так называемый «профиль» респондента, то есть усреднённый портрет пожилого человека, состоящего на социальном обслуживании на дому. Большую часть составляют женщины (82%), что соответствует общей демографической ситуации в стране. Средний возраст респондента, состоящего на надомном обслуживании в центре, составляет 80 лет. Чуть более половины (51,9%) относятся к группе от 81 до 90 лет, 5,9% – жители района старше 91 года.

Социально-демографические характеристики респондентов включают не только гендерный и возрастной признаки, но и принадлежность к льготным категориям. 93,6% граждан, состоящих на надомном обслуживании, являются инвалидами. Больше половины – участники и ветераны Великой Отечественной войны, 10,6% – члены их семей, блокадники и другие.

В исследовании рассматривалась и такая характеристика, как продолжительность надомного обслуживания граждан. Средняя продолжительность надомного обслуживания составила 5 лет, максимальная – 18 лет, минимальная – 6 месяцев. Поскольку больше половины из них являются одинокими, можно предположить, что помощь социального работника продлевает им жизнь на несколько лет.

Кроме того, одинокие не имеют дополнительных источников дохода (материальной помощи от родственников), помимо пенсии и льгот, а также не получают моральной поддержки и нуждаются в общении. Нередко оказание поддержки и восполнение потребности в общении является одной из главных услуг, предоставляемых социальным работником.

Общая информация об услугах. Среди перечня регулярно оказываемых услуг наиболее востребованной является помощь, направленная на поддержание жизнедеятельности пенсионера или инвалида: покупка и доставка продуктов питания, лекарств (92%), промышленных товаров (85%). Среди услуг, оказываемых непосредственно на дому, первое место занимает консультирование по

безопасности и вопросам мошенничества (89%), второе – помощь в уборке квартиры (70%) и на третьем месте – помощь в приготовлении пищи (34%).

Наиболее востребованные услуги, оказанные вне дома – оплата жилья и коммунальных услуг (80,5%), помощь в оформлении документов, льгот и социальных выплат (78%), доставка и оформление корреспонденции, содействие в госпитализации, сопровождение в лечебно-профилактические учреждения, посещение в стационаре (49%). В качестве дополнительных услуг респонденты хотели бы получать следующую социально-бытовую помощь: комплексную уборку квартиры (69%), ремонт сантехники на кухне и в ванной комнате (51%), мелкий ремонт одежды и белья (40%), парикмахерские услуги (64%). Абсолютное большинство (97,2%) полностью довольно качеством обслуживания. Это говорит о том, что между социальными работниками и подопечными сложились доверительные отношения, что подтверждается и тем, что респонденты рассчитываются с соцработником за покупку только по факту.

Потребность в отдельных видах услуг. Социальный работник ежемесячно помогает получить пенсионерам и инвалидам талон к врачу (47%) и льготные лекарства (51%). Менее одного раза в месяц получает для четверти опекаемых талон к врачу (25%), 17% – льготные лекарства.

При ответе на вопросы о получении талона к врачу в поликлинике и о получении льготных лекарств при помощи социального работника респондентам изначально предлагалось 3 вышеописанных варианта ответа. Однако в ходе исследования сформировалась дополнительная группа ответов: 16% не выходят из дома и, следовательно, не могут воспользоваться талоном к врачу, поэтому врач, как правило, приходит по вызову на дом. 27% не получают льготных лекарств, потому что предпочли получение денежной компенсации. 27% респондентов, отказавшихся от получения льготных лекарств в пользу денежной компенсации, покупают лекарства за свой счет. Выписка врачом льготных лекарств не покрывает потребности пенсионеров и инвалидов в лекарствах и, следовательно, 62% нуждаются в поиске дешевых или редких лекарственных средств.

15% респондентов отметили, что нуждаются в помощи при уборке квартиры. Эта необходимость подтверждается ответами респондентов на вопрос об услугах, получаемых от социального работника, при ответе на который 70% отметили, что уже получают данную услугу. Кроме того, 69% хотели бы помощи в комплексной уборке квартиры. Практически

треть опрошенных нуждаются в присутствии социального работника при работе электрика, сантехника.

8,5% опрошенных ответили, что в настоящее время оплату их жилья и коммунальных услуг осуществляют социальные работники. Помощь в оформлении субсидии требуется половине опрошенных (54%). Остальным 46% помощь в оформлении субсидии не требуется, поскольку собственником их жилплощади являются дальние родственники. Пожилые люди боятся внезапной смерти и еще при жизни оформляют свою жилплощадь на родственников.

При проведении исследования особый интерес вызвала проблема наличия потребности в надомных отделениях социального обслуживания и расширения перечня и форм предоставления услуг коммуникативного и социально-психологического характера, времени, частоты и продолжительности их посещения социальными работниками. Около половины респондентов (45%) отметили, что хотят больше проводить времени с социальным работником: беседовать, читать книги, газеты, журналы, обсуждать интересующие их темы. Предпочтительное время для встречи – первая половина дня с 9.00 до 13.00 (72% опрошенных).

Часть пенсионеров и инвалидов нуждаются в социально-психологической и консультативной помощи. Трети респондентов требуются рекомендации и консультации психолога, а также помощь в разъяснении юридических вопросов (36%).

Одним из существенных затруднений людей старшего возраста является передвижение по городу. 37% посетителей центров социального обслуживания, принимавших участие в исследовании, нужна помощь социального работника в сопровождении их по городу (24%), прогулках (28%). Половина респондентов (52%) никогда не пользуются «социальным такси», другая часть нуждается в данной услуге достаточно редко (39%). Только 9% респондентов часто пользуются «социальным такси». Примерно 26% опрошенных при возникновении потребности в передвижении помогают родственники, 16% не выходят из дома по состоянию здоровья.

Респонденты надомных отделений редко желают принять участие в мероприятиях, проводимых в центре (5%). 95% опрошенных не участвуют в работе клубов по состоянию здоровья и из-за преклонного возраста.

На вопрос: «Выезжаете ли Вы на дачу или к родственникам? На какой период?» были получены ответы, что никто не выезжает на дачу или к родственникам в зимний период, на лето выезжают только 6%, ездят от случая к случаю 9% респондентов.

На вопрос: «Нужна ли Вам помощь социального работника в налаживании контактов с родственниками, друзьями?» подавляющему большинству (80%) такая помощь не требуется. Данный факт объясняется следующими обстоятельствами. Во-первых, среди респондентов преобладают одинокие и одиноко проживающие граждане пожилого возраста и инвалиды, не способные самостоятельно обеспечить себе нормальную жизнедеятельность и лишенные ухода, помощи и поддержки родственников, либо одинокие граждане старше 80 лет. Специалистами центров решаются вопросы по налаживанию связей между респондентами, состоящими на учете, и их родственниками и друзьями.

В настоящее время не прекращается поиск новых подходов к обеспечению высокого качества социального обслуживания, новых форм предоставления услуг, организации деятельности учреждений социального обслуживания. Благодаря активной политике органов социальной защиты населения субъектов РФ в области социального обслуживания населения пожилого возраста создаются основы для инициативных действий и использования новых социальных технологий, в том числе проверенных на опыте других стран, с целью ускорения развития и повышения эффективности деятельности учреждений социального обслуживания. Внедрение инноваций оправдывается, если служит достижению конкретных приоритетных целей.

Список использованных источников:

1. Абросимова, М. А. Информационные технологии в социальной сфере / М.А. Абросимова. - М.: КноРус, 2017. – 248 с.

2. Адизес И. Стили менеджмента. Эффективные и неэффективные = англ. Leading Management/Mismanagement Styles: How to Identify a Style and What to Do about It. - М.: «Альпина Паблишер», 2015. – 198с.

3. Гимазова, Ю. В. Государственное и муниципальное управление / Ю.В. Гимазова. - М.: Юрайт, 2014. – 464 с.

©Сабельникова Е.П., Губачев Н.Н., 2017

УДК 65.013

ИННОВАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОПИНГ-ПОВЕДЕНИЕМ

Сницарь Е.В., Одинцова О.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В статье рассматривается проблема инновационного управления копинг-поведением и совладания с профессиональным стрессом, неконструктивное преодоление которого может приводить к развитию профессионального выгорания. Психологическими проблемами внедрения нововведений занимались отечественные исследователи Н.И. Лапин, В.Ф. Галыгин, Е.Т. Гребнев, Ю. Воогаайд, А.И. Пригожин, Н.А. Ильина, О.С. Советова, а также зарубежные – К. Денис, Т. Питере, Р. Уотермен, Н. Тичи, М. Деванна. В любой науке существует ряд понятий, которые имеют широкое общепринятое значение, но пользуются ими по разным содержательным поводам. К таким понятиям можно отнести термины «инновация», «адаптация», «мотивация». Анализ публикаций в области психологии показывает, что в поле зрения исследователей находятся, главным образом, источники всех инноваций в обществе – инновационный потенциал личности: адаптация; творческое мышление; мотивация достижения; самореализация; активность, как самовыражение и как мера инициации и самоактуализация субъекта.

Инновации в жизни человека возникают в связи с необходимостью адаптации к новым социально-экономическим условиям. Постоянный процесс адаптации мы рассматриваем, прежде всего, как важный стимул развития личности. Если активность личности направлена в русло созидательной инновационной деятельности, то это является лучшей стратегией адаптации к происходящим изменениям среды.

Принято считать, что для успешного внедрения нововведений необходимо принимать во внимание объективные факторы среды: масштабы нововведений в отрасли; инновационная политика предприятия которая, может быть как интенсивной, так и экстенсивной. Т. Питере и Р. Уотермен считают, что новаторские компании чрезвычайно изобретательны в непрерывном реагировании на любые изменения в окружающей среде. Установка на новшества определяется руководством, проявляется в «инновационной ориентированности»; типе и характере производства, экономическом состоянии предприятия [8, с. 160]. Выявлена необходимость формирования соответствующего профессии копинг-

поведения, позволяющего во всех случаях адекватно реагировать на стрессовое раздражение.

Некоторые должности в государственных организациях характеризуются воздействием значительного числа стрессогенных факторов, и предъявляет повышенные требования к стрессоустойчивости и психологическим качествам личности, обеспечивающим стресс-преодолевающее поведение и эффективность деятельности в экстремальных условиях. На фоне стрессов в профессиональной деятельности может возникать синдром профессионального выгорания. В «группе риска» находятся руководители, менеджеры всех уровней. Наиболее распространенной является трехкомпонентная модель синдрома выгорания американских исследователей К. Маслач и С. Джексон. В соответствии с данной моделью «выгорание» понимается как синдром эмоционального истощения, деперсонализацией и редукцией личных достижений. Для оценки уровня профессионального выгорания используют опросник MBI. С его помощью можно определить, как человек рассматривает свою работу и людей, с которыми он тесно сотрудничает. Следует отметить, что формирование повышенной раздражительности, перевозбуждению, тревожности, нервным срывам достаточно часто связано с эмоциональной насыщенностью их профессиональной деятельностью, для которой характерны повышенная ответственность, напряженность, высокие психологические и физические перегрузки, экстремальные условия.

Ответной реакцией на длительные профессиональные стрессы становится «психическое» (профессиональное) выгорание, представляющее состояние физического, эмоционального и умственного истощения [1]. Формирующийся на фоне постоянного стресса и приводящий к истощению эмоциональных и личностных ресурсов синдром «выгорания», по существу, представляет собой дистресс или третью стадию стресса – стадию истощения.

Синдром «выгорания» является сочетанием физического, эмоционального и когнитивного истощения или утомления. Главным компонентом считается эмоциональное истощение, а дополнительные – становятся следствием поведения (купирования стресса), приводящего к деперсонализации или/и к редуцированию персональных достижений.

К основным (личностным, ролевым и организационным) факторам, вызывающим выгорание, относят специфику профессиональной деятельности и особенности свойств личности специалистов [2]. Среди личностных факторов выгорания, оказывающих большее влияние на

формирование профессионального выгорания по сравнению с ролевыми и организационными [3], можно выделить предрасположенность к стресс-реакциям, локус субъективной ответственности личности, характерные для индивида стратегии совладания со стрессом (coping) [4].

Копинг, условием появления которого является стресс, – это комплекс когнитивных, эмоциональных и поведенческих стратегий человека для взаимодействия и совладания со стрессовой (кризисной) ситуацией. Психологическое значение копинга заключается в том, чтобы эффективнее адаптировать человека к ситуации, давая ему возможность овладеть ситуацией, ослабить или смягчить ее требования, попытаться избежать или привыкнуть к ним и, таким образом, прекратить воздействие стресса. Следовательно, важнейшая задача копинга состоит в обеспечении и поддержании благополучия личности, ее физического и психического здоровья и удовлетворенности социальными отношениями.

Копинг осуществляет две основные функции: регуляцию эмоций и управление проблемами, которые, собственно, вызывают дистресс [5]. Эти две функции реализуются в большинстве стрессовых ситуаций, а их количественное соотношение определяется тем, как они оцениваются человеком. От оценки происходящего зависит интенсивность и характер эмоций, которые испытывает индивид, сталкиваясь с проблемами. Оценка ситуации (события) определяется объемом имеющихся у человека ресурсов, которые позволяют ему справиться с событием. При оценивании ресурсов как недостаточных, неадекватных, событие воспринимается как угроза. Люди, устойчивые к стрессу, адекватно оценивают свои ресурсы и воспринимают как изменения стрессогенные события. Совладающее поведение (копинг) может быть гибким и пассивным, продуктивным и непродуктивным, может способствовать эффективности поведения человека, его адаптации к конкретной ситуации, а может и не способствовать этому [6].

В связи с неоднозначностью интерпретации рассматриваемого феномена существуют различные типологии копинг-стратегий [7].

Так, предложенная С. Хобфоллом многоосевая модель «поведения преодоления», в которой преодолевающее поведение рассматривается не как отдельные типы поведения, а как стратегии (тенденции) поведения, представляется нам наиболее применимой для проведения исследований по данной проблематике. Одним из положительных моментов предложенной концепции, является то, что в ее модели представлены две основные оси (просоциальная – асоциальная, активная – пассивная) и одна дополнительная (прямая – непрямая). По мнению автора, конструктивным

считается активное преодоление с положительным использованием социальных источников. В тоже время, выбор стратегии преодолевающего поведения определяется не только самими ситуациями (событиями) и их личностным смыслом для субъекта, но и индивидуально-психологическими, характерологическими особенностями личности. Ведь известно, что одна и та же стрессовая ситуация может вызвать травму у одного человека и почти не затронуть другого.

Предпочтение неконструктивных стратегий поведения выступает в качестве риска развития синдрома выгорания. Выгорание меньше затрагивает людей с опытом успешного преодоления профессионального стресса и навыков конструктивного изменения поведения в напряженных условиях. Преодолевающее поведение должно быть направлено на то, чтобы найти социально приемлемый способ проявления отрицательных чувств и эмоций, связанных с конфликтом или кризисом.

Следовательно, профессиональная деятельность сотрудников должна быть периодом, в котором необходимо формирование соответствующего профессии копинг-поведения, позволяющего всегда адекватно реагировать на стрессовое раздражение. В процессе профессиональной подготовки необходимо, на наш взгляд, формирование у будущих сотрудников организации системы представлений об основных психологических механизмах и закономерностях совладания со стрессом, а также приобретение практических навыков конструктивного совладания со стрессом; формирование профессионально-психологической устойчивости и мобилизации внутренних ресурсов личности в целях эффективного управления своим поведением в напряженных ситуациях будущей профессиональной деятельности.

Список использованных источников:

1. Maslach C., Jackson S.E., Leiter M.P. Maslach Bumout Inventory Manual (Third Edition). Palo Alto, California: Consulting Psychological Press, Inc., 1996. P. 52.

2. Schaufeli W.B., Enzmann D. The Burnout companion for research and practice: A critical analysis of theory, assessment, research and interventions. Washington DC: Taylor and France, 1999. P. 409–417.

3. Huebner E.S., Mills L.B. Burnout in school physchology: the contribution of personality characteristics and role expectations // Special Service in the Scholl. 1994. V. 8 (2). P. 53-67.

4. Лебедев А.Н., Камнева Е.В., Буянова С.М. Влияние индивидуально-психологических особенностей на «профессиональное

выгорание» сотрудников органов внутренних дел // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2012. № 3 (7). С. 58-63.

5. Lazarus R.S. & Folkman S. Stress, appraisal and coping. New York, Springer, 1984. P. 141.

6. Анненкова Н.В., Камнева Е.В. Специфика российского менталитета в период нестабильности // Научный вестник МГИИТ. 2011. № 2. С. 101-115.

7. Водопьянова Н.Е. Психодиагностика стресса. – СПб: Питер, 2009. 336 с.

8. Инновации: социально-экономический аспект: монография / Под ред. А.А. Одинцова. – М.: ФГБОУ «МГУДТ», 2014. – 200 с.

©Сницарь Е.В., Одинцова О.В., 2017

УДК 658

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА СТРАХОВЫХ УСЛУГ

Якубин М.А., Огурцова Н.С.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

По данным Банка России по предварительным итогам 2017 года сборы страховых компаний составили 589,7 млрд. руб., что на 13,9% выше показателя за аналогичный период прошлого года (без учета страхования ОСАГО сборы страховщиков за данный период увеличились на 12,3%). При этом во втором квартале сборы увеличились на 15% по сравнению с аналогичным показателем прошлого года. Выплаты в рассматриваемом периоде увеличились на 3,5% до 244,8 млрд. руб. (без учета ОСАГО объем выплат сократился на 7,7%).

По предварительным итогам 2017 года во всех федеральных округа РФ зафиксирован рост сборов. Темпы роста сборов ниже рынка зафиксированы в Уральском (+3,7%) и Северо-Западном (+9,7%), Сибирском (+11,8%) и Приволжском (+12,9%) федеральных округах. Наибольший темп роста сборов зафиксирован в Северо-Кавказском федеральном округе (+25%). Наибольший темп роста выплат зафиксирован в Южном (+39,7%) федеральном округе. В Северо-Западном, Уральском и Сибирском федеральных округах объем выплат по итогам полугодия снизился по сравнению с показателем за аналогичный период прошлого года на 6,5%, 4,1% и 0,1% соответственно [3, с. 17].

Во II квартале 2017 года продолжилась тенденция по сокращению числа участников страхового рынка и росту концентрации рынка. Всего за II квартал ЦБ лишил лицензии более 20 компаний, в результате чего на российском рынке остается менее 300 игроков.

Продолжился и процесс продажи компаний или объединения компаний. В рассматриваемом периоде было подписано соглашение об интеграции страховых бизнесов ВСК и группы БИН. Также стало известно, что деятельность перестраховщика ООО «Москва Ре» прекращена в связи с присоединением и передачей перестраховочного пакета к СК «ВТБ Страхование», в состав которой вошла и СГ МСК. «Росгосстрах» присоединит двух входящих в группу универсальных компаний – ОАО «Капитал Страхование», ЗАО «Капитал Ре» («Капитал Перестрахование») и управляющую ими структуру ЗАО «КС-Холдинг». В свою очередь, СК «ЭчДиАй Страхование» уведомило о намерении передать в «АльфаСтрахование» портфель по комплексному страхованию рисков, связанных с использованием банковских карт, счетов и страхованию от несчастных случаев, а СК «Альянс» сообщила о намерении передать страховой портфель ОСАГО управляющей страховой организации САО «Медэкспресс». Также в рассматриваемом периоде стало известно о возможной продаже части страхового бизнеса «Ренессанс страхование» [1, с. 27].

В рассматриваемом периоде ЦБ утвердил приоритетные задачи по развитию страхового рынка на 2018-2020 гг. Банк России планирует построение системы мониторинга страховых организаций, позволяющей преодолеть недостатки форматов и сроков предоставления регламентной отчетности страховых организаций, а для страховщиков, отнесенных к повышенной группе риска – внедрение обязанности предоставления отчетности на более оперативной основе. Кроме того, планируется введение процедуры санации страховых компаний за счет средств инвесторов и Агентства по страхованию вкладов (АСВ). Регулятор намерен стандартизировать страховые услуги [4, с. 185]: это будет сделано как при помощи стандартов, разрабатываемых страховыми СРО, так и при помощи минимальных требований к отдельным видам добровольного страхования.

Госдума 22 июня приняла в третьем чтении законопроект, который предусматривает внесение изменений в действующее законодательство в связи с принятием закона о саморегулируемых организациях на финансовом рынке. В частности, Банк России наделяется правом назначать временного руководителя СРО в сфере финансового рынка из числа

служащих ЦБ сроком до шести месяцев в случае ненадлежащего выполнения СРО обязанности по осуществлению контроля и применению мер воздействия к своим членам. Также законопроектом предусматривается возможность установления дополнительных видов базовых стандартов СРО на финрынке в федеральных законах, регулирующих деятельность соответствующих некредитных финансовых организаций. Меняются критерии определения независимых членов постоянно действующего коллегиального органа управления СРО, уточняются положения, касающиеся приема в члены СРО. Также устанавливается право Банка России известить СРО о применении в отношении ее члена процедуры по отзыву у члена саморегулируемой организации лицензии (разрешения) или исключению сведений о нем из реестра финансовых организаций. Это следует из пояснительной записки к документу.

В отчетном периоде стало известно о намерении ужесточения ЦБ контроля за инвестициями страховщиков: регулятор опубликовал проект изменений в указания, определяющие инструменты, в которые страховщики могут инвестировать свои активы. Согласно документу, компании больше не смогут инвестировать в земли сельскохозяйственного назначения и земельные участки для индивидуального жилищного строительства. Кроме того, им придется значительно изменить структуру портфелей ценных бумаг [2, с. 121-125]. Акции теперь должны будут входить в высший котировальный список. Также регулятор впервые установил требования к ипотечным сертификатам участия. Также в документе регламентированы допустимые доли перестраховщиков в страховых резервах.

Во II квартале Госдумой был принят закон о наделении Агентства по страхованию вкладов полномочиями конкурсного управляющего в страховых компаниях. Согласно документу, АСВ будет исполнять полномочия конкурсного управляющего через представителя, назначенного им из числа своих работников. Конкурсное производство вводится сроком на один год. Вознаграждение за осуществление полномочий конкурсного управляющего Агентству не выплачивается. В законе установлены основания, при которых Центробанк может назначить временную администрацию в страховой организации. К ним относятся приостановление или отзыв лицензии, недостаточность денежных средств для своевременного исполнения обязательств, возбуждение производства по делу о банкротстве страховой организации. В состав временной администрации входят сотрудники Банка России и АСВ. Кроме того, закон

о банкротстве дополняется статьей об анализе финансового состояния страховой организации, его проводит временная администрация.

Также стало известно о введении на страховом рынке РФ субсидиарной ответственности владельцев страхового бизнеса при банкротстве. Законопроект был разработан Минфином РФ по поручению правительства, документ был принят 8 июня Госдумой и 15 июня одобрен Советом Федерации. После введения субсидиарной (дополнительной) ответственности владельцы и руководители обанкротившихся страховых компаний будут отвечать своим имуществом перед кредиторами.

Список использованных источников:

1. Базарова Л.А., Сухоруков И.А., Бондарев С.А. Специфика управления инновационным предприятием // Инновации. – 2014. - № 7. - С. 101 – 104.

2. Долятовский Л.В. Стратегия развития фирмы на основе внедрения инноваций // Менеджмент организаций. – 2014. - № 4. - С. 328 - 333.

3. Рахимова С.А. Инновационный процесс, необходимость управления инновационным процессом // Актуальные вопросы экономических наук. – 2013. - № 32. - С. 121 - 125.

4. Саябек З. Инновации, их разработка и внедрение // Общество и экономика. – 2013. - № 11 - 12. - С. 184 - 189.

5. Шевченко М. Специфика инновационных конфликтов // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2011. - № 3. - С. 123 - 125.

©Якубин М.А., Огурцова Н.С., 2017

УДК 378

ИННОВАЦИОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ В РАЗВИТИИ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Усманова А.С., Губачев Н.Н.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В данной статье автор рассматривает инновационные особенности в развитии системы образования, в качестве примера приводится Чеченская республика. Также автором выделены основные проблемы образования относительно требований инновационного развития Чеченской Республики.

В период глубоких преобразований в России, когда происходит переоценка всей системы общественных отношений, существенные изменения претерпевает и система образования. Происходит смена образовательной парадигмы: предлагается иное содержание, иные подходы, право, отношение, поведение, иной педагогический менталитет. Реформирование образования с целью более полного удовлетворения запросов учащихся предъявляет новые требования к образовательному учреждению и к его управлению. Внедрение инноваций в управленческий процесс образовательных учреждений, по мнению многих ученых, является важным условием совершенствования системы образования в целом.

Принципы, закономерности и технологии управления образованием исследовали Т.М. Давыдов, А.Н. Орлов, М.М. Поташник, В.П. Симонов, И.К. Шалаев, Т.И. Шамова и др. Вопросом управления дошкольным образованием и ДОУ, а именно, спецификой, подходами, технологиями управления, инновационным процессом занимались такие ученые, как Т.И. Аверчук, К.Ю. Белая, Т.П. Колодяжная, Н.Н. Лященко, Л.В. Поздняк, Р.Б. Стеркина и др.

Согласно А.В. Гилевой, Н.С. Исуповой инновация в управлении образования – это:

1) целенаправленное изменение, вносящее в управленческую образовательную среду стабильные элементы (новшества), улучшающие характеристики отдельных частей, компонентов и самой образовательной организации или образовательной системы в целом;

2) процесс освоения новшества;

3) поиск идеальных методик и программ, их внедрение в образовательный процесс и их творческое переосмысление [1, с. 80].

По мнению Т.И. Шамовой комплексный характер инноваций в управлении образованием, их многосторонность и разнообразие способов использования требуют разработки классификации инноваций. По характеру вклада в практику управления Т.И. Шамова делит инновации на теоретические и практические. К теоретическим инновациям относятся новые концепции, подходы, гипотезы, направления, закономерности, классификации, принципы управления, полученные в результате научно-исследовательской деятельности, положенные в основу инновационных процессов. К практическим инновациям – новые методики, правила, алгоритмы, программы, рекомендации в области управления образованием [2, с. 54].

В начале 2000-х гг. руководство Чеченской Республики при поддержке федерального центра приступило к восстановлению региональной системы образования, практически полностью разрушенной во время 1990-х гг., и интеграции ее в общероссийскую образовательную систему. В последние два десятка лет образовательная среда Чеченской Республики претерпела существенные изменения. Из полноценно поликультурной до начала 90-х гг. прошлого столетия она стала практически монокультурной в период чеченских войн и теперь снова начинает формироваться как среда общения представителей разных культур в процессе обучения. Русскоязычное население все более активно возвращается в республику, обогащая социальную среду, в которой функционирует школа. В указанной связи хотелось бы обратить внимание на огромное значение русского языка для Чеченской Республики.

Инновационная деятельность осуществляется в Чеченской Республике в форме реализации инновационных проектов и программ организациями, осуществляющими образовательную деятельность, и иными действующими в сфере образования организациями, а также их объединениями.

В целях создания условий для реализации инновационных проектов и программ, имеющих существенное значение для обеспечения развития системы образования, организации, реализующие указанные инновационные проекты и программы, признаются республиканскими инновационными площадками и составляют инновационную инфраструктуру в системе образования Чеченской Республики.

Порядок признания организаций республиканскими инновационными площадками, а также перечень республиканских инновационных площадок утверждаются Правительством Чеченской Республики.

Органы государственной власти Чеченской Республики оказывают в соответствии с законами и иными нормативными правовыми актами Чеченской Республики, финансовую, материально-техническую, информационную и иную поддержку организациям, признанным республиканскими инновационными площадками.

Анализ состояния дел в сфере общего образования относительно требований инновационного развития Чеченской Республики позволяет выделить следующие проблемы, на решение которых необходимо обратить особое внимание:

1) несоответствие ресурсного обеспечения образовательных учреждений требованиям, обязательным при реализации основных

программ начального общего, основного общего, среднего (полного) общего образования в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами;

2) отсутствие действенных механизмов продвижения инновационного опыта образовательных учреждений и, как следствие, отставание значительной части образовательных учреждений в инновационном развитии;

3) ограниченность кадрового ресурса инновационного развития;

4) низкая динамика кадрового обновления в системе образования;

5) недостаточное использование современных образовательных технологий;

6) отсутствие конкурентных механизмов и обратной связи между производителями и потребителями образовательных услуг, обеспечивающих эффективное функционирование системы оценки качества образования.

Не менее острой является проблема обеспечения школ современным мультимедийным, учебно-производственным и учебно-лабораторным оборудованием. Обеспеченность оборудованием кабинетов физики, химии, биологии, начальных классов, иностранных языков в общеобразовательных учреждениях республики составляет 44%, компьютерами и интерактивными досками – 20%.

Таким образом, одним из путей повышения эффективности образовательной деятельности в Чеченской Республике является внедрение в практику инноваций. Процесс внедрения инноваций в сферу управленческой деятельности – это сложный процесс, который предполагает постепенное обновление и совершенствование содержания, методов, средств, технологий управления, что, в конечном итоге, оказывает влияние на качество педагогического процесса. Инновации в управлении позволяют поднять на более высокий уровень планирование, организацию и другие управленческие функции руководителя, развивать органы самоуправления в образовательных учреждениях, совершенствовать организационную структуру образовательной организации и т.д., что создает благоприятные условия для профессионального и творческого роста педагогов, влияет на качество образовательного процесса, повышает конкурентоспособность образовательной организации.

Список использованных источников:

1. Гилева А.В., Исупова, Н.С. Инновации в управлении ДОУ: Учебно-методическое пособие для руководителей ДОО. – Соликамск: РИО СГПИ, 2009. – 172 с.
2. Шамова Т.И. Менеджмент в управлении школой: Уч. пос. - Просвещение, 2012. – 239 с.

©Усманова А.С., Губачев Н.Н., 2017

УДК 323.285

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

Забугина А.А., Горский А.А.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Государственное регулирование оказывает существенное влияние на рыночные отношения между субъектами различных отраслей. Деятельность предприятий на алкогольном рынке заслуживает особого внимания, как вследствие специфичности продукта, так и в связи с высокими доходами от ее налогообложения. Как показывает мировой опыт, контроль, ограничения, запреты на производство и употребление имели место на протяжении всего существования алкогольной продукции. Российский рынок не является в данном случае исключением. В статье рассматриваются основные особенности государственного регулирования производства и оборота алкогольной продукции. Ключевым моментом в ужесточении государственного контроля стала разработка автоматизированной системы ЕГАИС. Трудности, связанные с введением и функционированием системы, остаются актуальными и на настоящий момент.

Рынок алкогольной продукции в России имеет свои специфические особенности, среди которых: структура потребления алкогольной продукции, ограничения в способах продвижения, фальсификация продукции и жесткое государственное регулирование производства и оборота алкогольных товаров. Данные особенности оказывают определенное влияние на деятельность участников рынка, организацию и развитие бизнеса. Структура потребления имеет непосредственное отношение к портфелю брендов компании, создает приоритеты в производстве и продаже тех или иных видов продукции. Для российского

рынка характерно преобладание крепких спиртных напитков в общей структуре потребления. В последние годы наблюдается тенденция роста доли слабоалкогольных напитков и пива, а также смещается акцент в сторону употребления дорогих крепких напитков премиум-класса. Ограничения в способах продвижения алкогольной продукции непосредственно влияют на маркетинговую политику фирмы и варианты построения коммуникаций с потребителем. Все большее значение приобретает соответствие внешнего вида продукции (упаковки, этикеток, стекла), а также качества жидкости требованиям государственных стандартов и регламентов. Высокий уровень нелегального оборота алкогольной продукции создает угрозу жизни и здоровью граждан и требует дополнительной защиты потребителей от подделок. Причинами столь большого количества подделки алкогольных товаров являются, во-первых, неэффективный контроль над оборотом со стороны государства, во-вторых, отсутствие дешевых алкогольных продуктов вследствие высоких ставок акциза, сложности сертификации и таможенных процедур.

Государственное регулирование рынка создает дополнительные сложности для осуществления производства и продажи алкогольной продукции. Жесткие стандарты, требования, системы контроля и учета, вмешательство государственных структур на всех этапах реализации товара приводят к ограничению возможностей участников рынка. Происходит вытеснение малого и среднего бизнеса в связи с неспособностью компаний выполнять установленные процедуры и нести высокие издержки.

Информационная система ЕГАИС: введение, функционирование, трудности реализации, последствия.

Ключевыми рычагами регулирования производства и оборота алкогольной продукции в России являются обязательная маркировка и регистрация продукции в Единой государственной автоматизированной информационной системе (ЕГАИС). Обязательная маркировка алкогольной продукции была введена Постановлением Правительства РФ № 938 с 1 января 1997 г. в целях защиты потребителя от нелегальной продукции, а также контроля импорта и производства алкоголя в стране. В настоящее время порядок маркирования регламентирован статьей 12 Федерального закона от 22 ноября 1995 № ФЗ-171 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» (последняя редакция: 2 ноября 2013 г.).

Важным этапом усиления государственного контроля выступило введение информационной системы ЕГАИС, предназначенной для

автоматизированного учета объема производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции. Разработка ЕГАИС была поручена Федеральному государственному унитарному предприятию Научно-технического центра «Атлас» при Федеральной службе безопасности России. За ввод системы в эксплуатацию несли ответственность Министерство экономического развития, Министерство сельского хозяйства, Министерство финансов, Федеральная налоговая служба, Федеральная таможенная служба. Введение ЕГАИС осуществлялось в первой половине 2006 года согласно редакции Федерального закона № 171-ФЗ от 1 января 2006, по которой все производители и импортеры алкогольной продукции, действующие на территории Российской Федерации, обязаны были установить программно-технический комплекс ЕГАИС. Параллельно с введением ЕГАИС изменились акцизные марки для импортной продукции и федеральные специальные марки – для отечественной.

Автоматизированная информационная система ЕГАИС предназначена для автоматизации государственного контроля над объемом производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции для решения следующих задач:

• обеспечение полноты и достоверности учета с возможностью детализации до субъекта РФ, производителя, вида, наименования продукции, крепости, объема, правильности начисления акциза;

• обеспечение ведения учета импорта с контролем правильности начисления акциза и возможностью детализации до страны происхождения, производителя, поставщика, импортера, вида, наименования продукции, крепости, объема;

• обеспечение ведения учета федеральных специальных марок и акцизных марок с возможностью детализации до организации, осуществляющей производство и оборот алкогольной продукции или импорт алкогольной продукции, которой она выдана, на какую алкогольную продукцию нанесена марка или по каким причинам забракована, каким актом списана и уничтожена;

• анализ состояния и тенденций развития производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции на территории РФ и ее регионов;

• затруднение реализации контрафактной продукции за счет проверки сопроводительных документов, удостоверяющих легальность производства и оборота, между отправителем и покупателем, которая осуществляется в электронном виде.

Указанные задачи система реализует посредством учета акцизных марок, нанесения на них сведений о маркируемой импортируемой/производимой алкогольной продукции, фиксации и передачи в единую государственную автоматизированную информационную систему данных об объемах закупки и поставки данной продукции. Программа обеспечивает автоматизацию формирования базы данных об объемах импорта/производства алкогольной продукции за произвольно выбранный отчетный период с возможностью детализации до вида продукции, наименования, емкости тары, крепости, количества, объема, страны происхождения, производителя, отправителя, получателя и сопроводительных документов, удостоверяющих легальность производства и оборота импортной алкогольной продукции.

Разработанную в теории схему функционирования ЕГАИС реализовать на практике удалось не сразу. Во время введения и в начале функционирования системы выявились следующие проблемы по работе с комплексом:

• технические недоработки системы: сбои, ошибки, потеря информации, односторонняя связь;

• отсутствие акцизных марок нового образца, необходимых для активации и учета в ЕГАИС;

• необходимость постоянной перестройки и адаптации процессов к меняющимся условиям;

• отсутствие квалифицированного персонала, владеющего новой системой.

В результате, распространились задержки и срывы поставок, увеличилось количество процедур, а также время выполнения заказов, значительно выросли издержки на единицу продукции. Таким образом, на первых этапах введения система ЕГАИС привела к кризису в алкогольной отрасли – пострадали как производители, так и импортеры продукции, понеся значительные убытки. Последствия почувствовали и потребители, столкнувшись с дефицитом продукции и ростом розничных цен на 10-20%. К сожалению, ЕГАИС так и не смогла решить проблему нелегального производства, так как на практике контролирует оборот лишь легальной продукции, поэтому потребитель по-прежнему не защищен от подделок.

К концу 2007 года ЕГАИС функционировала стабильно. В ноябре 2008 года были начаты работы по внедрению новых программных средств ЕГАИС, ответственность за которые перешло к научно-исследовательскому вычислительному центру Федеральной налоговой службы России. На данный момент программное обеспечение

функционирует стабильно с незначительными недоработками. Контроль за ЕГАИС ведет Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка «Росалкогольрегулирование», осуществляющая функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере производства и оборота алкогольной продукции, а также функции контроля над ее производством и оборотом, по надзору и оказанию услуг в этой сфере. Однако до сих пор к системе есть претензии по производительности, техническим требованиям и, главное, стоимости обслуживания.

Подобный опыт автоматизированного управления российский рынок пережил впервые. Потребовалась серьезная перестройка и адаптация устоявшихся процессов, а также гибкость и быстрота реакции всех участников рынка. Введение ЕГАИС вызвало множество споров и дискуссий о целесообразности данного способа регулирования. Как показала практика последних лет, ЕГАИС оказалась не способна в полной мере выполнить поставленные цели и задачи и в большей степени усложняет процедуры на рынке алкогольной продукции, чем контролирует ее производство и оборот. На разработку и внедрение системы потрачено большое количество времени и средств. Производители и оптовики продолжают нести расходы и испытывать неудобства от ее использования, вследствие чего растут розничные цены на продукцию. Тем не менее, система ЕГАИС существует, и вопрос о ее дальнейшей судьбе остается открытым.

В настоящее время продолжает возрастать актуальность поиска наиболее адекватных методов и форм государственного контроля производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и соответствующего правового оформления методов государственного управления в данной сфере. В целях более эффективного государственного регулирования и устранения негативных последствий для участников рынка предпочтительным представляется совершенствование технических характеристик ЕГАИС, сокращение стоимости установки и обслуживания комплекса. Для улучшения ситуации на рынке алкогольной продукции также имеет смысл двигаться в сторону усиления взаимодействия государства и бизнеса. Подобный опыт зарекомендовал себя и продолжает развиваться в зарубежной практике. Например, правительство Великобритании поощряет автономию и превентивные инициативы бизнеса, совместное участие в лицензировании и контроле над соблюдением законодательных норм и ограничений. Таким образом, необходимо сосредоточить внимание на разработке мер,

позволяющих сочетать государственное управление с функционированием рыночных механизмов хозяйствования и обеспечить соответствующее правовое регулирование, включая ценообразование, таможенную и налоговую политику, применение корпоративных правил деятельности, развитие конкуренции.

Список использованных источников:

1. Глушко Т.Ю. Применение системы ЕГАИС в целях совершенствования процессов управления цепями поставок на рынке алкогольной продукции // Логистика – евразийский мост: Материалы VII Международной научно-практической конференции, Красноярский государственный аграрный университет. Красноярск, 2014.

2. ЕГАИС – Единая государственная автоматизированная информационная система учета объема производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции: [Официальный сайт]. URL: www.egais.com/ (12.11.17)

3. Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка: [Официальный сайт]. URL: http://fsrar.ru (10.11.17)

©Забугина А.А., Горский А.А., 2017

УДК 351.342

ИННОВАЦИИ ПРИ ВОВЛЕЧЕНИИ В ХОЗЯЙСТВЕННЫЙ ОБОРОТ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Курзякова Е.В.
Российский государственный университет А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В настоящее время проблема сохранения объектов недвижимости культурного наследия актуальна и интенсивно разрабатывается не только представителями высших государственных органов управления Российской Федерации, но и специалистами в сфере архитектуры, экономики, юриспруденции, управления недвижимость. Особое внимание уделяется зданиям-памятникам всех категорий историко-культурного значения, характерные особенности которых позволяют говорить о вовлечении в их хозяйственный оборот и извлечении прибыли.

С экономической точки зрения, мероприятия, связанные с сохранением объектов культурного наследия, традиционно характеризуются обременением бюджета. Однако сейчас в разных странах

эта сфера становится инновационным стимулом для обеспечения экономического роста и развития традиционных и новых видов деятельности.

На территории нашей страны расположено порядка 180 тысяч объектов культурного наследия общей площадью около 300 млн. кв. м, потенциал которых практически не принимается с расчет, за исключением объектов культурно-исторической недвижимости Москвы, Санкт-Петербурга и крупных региональных центров. Несмотря на общепринятое мнение о высокой общественной значимости объектов культурного наследия для достижения устойчивого социально-экономического развития Российской Федерации, статистика показывает неутешительные факты: за последние 10 лет в России безвозвратно утрачены около 2,5 тысяч объектов, а ежегодные потери составляют в среднем около 150-200 объектов.

В связи с изменением условий хозяйственной и социальной деятельности общества, наряду с традиционными способами сохранения исторических объектов недвижимости, все чаще обращаются к более современной системе преобразования, например:

качественное преобразование, обеспечивающее сохранение и возрастание стоимости;

обеспечение организации процессов развития и эффективного функционирования;

реализация мероприятий, направленных на предупреждение возникновения рисков, повышение рентабельности и улучшение потребительских свойств объекта.

Актуальные тенденции поддержки объектов культурного наследия связаны с его приспособлением к определенному варианту функционирования в обществе. В данном случае приспособление представляет собой важный комплекс мероприятий, направленных на адаптацию объекта, его вовлечение в культурный, а главное, экономический оборот. Чаще всего преобразование производится в составе отдельного инвестиционного проекта.

Как правило, причинами инициации подобных проектов выступают утилитарная цель, с которой изначально создавался объект, несоответствие современным требованиям безопасности и вариантам использования, техническое состояние объекта. Однако, зачастую, памятники архитектуры и истории являются привлекательными объектами для предпринимательской деятельности только благодаря своим индивидуальным особенностям, местоположению, связи здания и района

города с историей, транспортной и пешеходной доступности. Значительная часть зданий отвечает и современным архитектурным требованиям: большие площадь и высота помещений, развитая коммуникационная связь между ними, строгое соблюдение стилевых особенностей и индивидуальности оформления.

Проводимые в соответствии с потребностями рынка изменения, как правило, направлены не только на непосредственное сохранение объекта как здания, обладающего исторической и культурной ценностью, но и на прирост стоимости объекта, появлению на его основе востребованного на активном рынке недвижимости продукта. Именно в такой форме реализуется экономический аспект предпринимательской деятельности.

Сегодня реализация подобных проектов осложняется и другими особенностями, в числе которых высокая капиталоемкость, длительность инвестиционного цикла, неделимость объекта, инновационный характер и иные факторы, связанные с уникальным статусом объекта. Немаловажным фактором является и отсутствие многоканальной системы финансирования проектов, льготных условий для привлечения средств частных инвесторов, несовершенство законодательной базы. Работа в команде по развитию и сохранению объекта недвижимости требует от специалистов особого подхода при принятии управленческих решений, обеспечивающего воплощение концепции эффективного развития, своевременную координацию действий. Сложившаяся практика показывает, в таких условиях единицы инвесторов готовы пойти на риск и вложить свои средства в развития объектов культурного наследия.

Учитывая противоречия между возрастающими и изменяющими потребностями общества, качественными и количественными характеристиками объектов недвижимости, предпринимательская деятельность, доминирующая в России как один из основных, наиболее щадящих способов реорганизации и капитализации объектов культурного наследия занимает все более заметное место в народнохозяйственном комплексе. Современная цивилизация осознала потенциал культурного наследия, необходимость его сбережения и эффективного использования как одного из важнейших ресурсов экономики. Для реализации такой масштабной задачи необходимо создание благоприятной институциональной среды, способствующей привлечению дополнительных финансовых ресурсов и поддержке различного рода инициатив в сфере сохранения культурного наследия на уровне государства, бизнеса и гражданского общества.

Список использованных источников:

1. Осокина, С. Воронежская область – в числе лидеров по уровню развития проектов ГЧП // Агентство бизнес информации. 31.08.2016. URL: http://abireg.ru/n_55601.html
2. Дуванова, А. Е. Государственно–частное партнерство в лесном хозяйстве Воронежской области / А.Е. Дуванова, И.С. Зиновьева // Современные наукоемкие технологии. 2014. №7. С. 131–132.
3. Forrer, J. Public–Private Partnerships and the Public Accountability Question / John Forrer, James Edwin Kee, Kathryn E. Newcomer, Eric Boyer // Public Administration Review. 2010. № 5–6. Pp. 475–484.

©Курзякова Е.В., 2017

УДК 338

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ГЧП-ПРОЕКТОВ В ЕВРОПЕ

Кравченко М.В., Губачев Н.Н.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Государственно-частное партнерство (далее ГЧП) представляет собой, главным образом, долгосрочное сотрудничество между государственным и частным секторами, где необходимые ресурсы (например, ноу-хау, операционные ресурсы, капитал, персонал и т.д.) являются в общей организационной структуре того или иного реализуемого проекта взаимовыгодными для партнеров, при этом существующие проектные риски распределяются в соответствии с компетенцией управления рисками партнеров проекта.

Рост государственного долга, приводящий к дефициту финансовых ресурсов и одновременно к государственным инвестициям, побудил государственный сектор в европейских странах искать новые возможности для финансирования. Ранним примером ГЧП в Германии является проект NeuesFrankfurt – программа по городскому планированию в городе Франкфурт-на-Майне и строительству жилья для горожан, которая была реализована в период между 1925 и 1930 годами, и в которой участие в расходах принимала половина городских частных инвесторов.

Участие Европейского инвестиционного банка в проектах ГЧП восходит к кредитам, привлеченным к реализации проекта «Евротуннель», который в июле 1987 года был разработан Правительством Великобритании и предусматривал использование частного капитала в

общественных целях для строительства и эксплуатации туннеля под Ла-Маншем, соединившего Францию и Великобританию. Таким образом, британская Частная финансовая инициатива (PrivateFinanceInitiative (PFI) стала в декабре 2001 года первым системным проектом с применением механизмов ГЧП в Европе.

В 2004 году в ЕС была подготовлена «Зеленая книга о государственно-частном партнерстве и правовых основах ЕС для государственных контрактов и концессий», в которой рассматриваются две формы ГЧП:

ГЧП на контрактной основе, где партнерство между государственным и частным секторами основано только на договорных отношениях;

институционализированное ГЧП, где государственно-частное сотрудничество действует в рамках отдельного юридического лица.

«Зеленая книга» о ГЧП не является документом, устанавливающим правила и подходы к реализации проектов государственно-частного партнерства в ЕС. Целью этого документа стал анализ действующего законодательства государств-членов ЕС и директив ЕС в свете применения механизмов ГЧП [5].

По настоящее время подавляющее большинство проектов ГЧП реализуется в Великобритании. Вместе с тем, другие европейские страны, в том числе, Германия, также используют механизмы ГЧП при реализации национальных и региональных проектов.

ГЧП-проекты в Германии существуют с конца 1990-х годов. Следует отметить всесторонний подход к ГЧП в Германии: как со стороны политиков, экономистов, ученых, так и со стороны предпринимательского сообщества. В октябре 2001 года Федеральная земля Северный Рейн-Вестфалия первой выдвинула инициативу проведения Международного симпозиума государственно-частного партнерства. В июне 2002 года было объявлено о создании на федеральном уровне Центра компетенции ГЧП. Впоследствии такие центры появились в большинстве федеральных земель Германии. 27.11.2002 г. в Федеральной земле Хессен был издан закон о строительстве и финансировании общественных автомобильных дорог частными лицами, который предусматривал заключение с потенциальными инвесторами так называемого концессионного соглашения, в котором прописывались права и обязанности частных лиц, и после заключения которого частный бизнес получал право участвовать в строительстве автомобильных дорог федеральной земли. В июле 2003 г. в Германии Законом о финансировании транспортной инфраструктуры (от

28.06.2003 г., VIFGG) было создано Федеральное общество по финансированию транспортной инфраструктуры (VIFG), которое способствовало развитию инфраструктурных проектов за счет пользователей транспортной инфраструктуры, а не за счет бюджетных средств. Указанное Общество взяло на себя функцию концентрации сборов за пользование транспортными путями (автомобильными дорогами и водными путями) с целью финансирования с их помощью федеральных транспортных путей железнодорожного, автомобильного и водного транспорта [4]. VIFG отвечает также за финансирование проектов Программы по борьбе с заторами на дорогах.

В ноябре 2008 г. под руководством Министерства финансов Германии, а также Министерства транспорта, строительства и городского развития было создано акционерное общество – консалтинговая компания для государственных органов с целью содействия развитию государственно-частного партнерства. В 2016 г. оно было преобразовано в консалтинговую компанию «PartnerschaftDeutschland» (PD) – консультант государственного сектора, которая предлагает комплексные (связанные с проектом) услуги для федеральных, государственных, местных и других государственных органов по всем вопросам, связанным с современными административными и инвестиционными проектами. В центре внимания консалтинга находятся разработка стратегической концепции проекта, организация и инвестиционная политика, масштабное управление проектами и управление процедурами закупок [1].

Министерством финансов Германии формируются сведения о ГЧП-проектах с полным циклом (планирование, строительство, финансирование, эксплуатация и, возможно, переработка), соглашения о которых были заключены в Германии. Согласно информации портала, всего реализуется 233 проекта в сфере гражданского строительства, имущественных отношений и транспорта, из них по 27 проектам объявлен конкурс, 35 проектов имеют элементы ГЧП, по 198 проектам заключены контракты. Проекты охватывают 13 областей: образование, транспорт, медицину, IT-технологии, юстицию, культуру и спорт, воздушный, железнодорожный, водный и автомобильный транспорт, мебельное производство, а также оборону, управление и прочие области. Среди проектов ГЧП в сфере гражданского строительства на региональном уровне можно отметить строительство детских садов, школ, бассейнов, зданий для местных органов власти, домов пенсионеров, пожарных станций, исправительно-трудовых учреждений, стадионов, концертных залов и др. В сфере транспорта речь идет о ГЧП-проектах по строительству

федеральных (7) и региональных (8) автомобильных дорог, а также мостов (2).По каждому проекту можно получить обширную информацию. Так, например, по проекту ГЧП «Строительство участка федеральной автомобильной дороги BAB A7 Neumünster – Hamburg» известно следующее: заказчик – Правительство ФРГ, место: Ноймюнстер – Гамбург, Федеральная земля – Нижняя Саксония, цель контракта – расширение, ремонт и реконструкция участка федерального автобана; объявление о конкурсе опубликовано в декабре 2011 года, планируемый объем денежных средств – 0, заключение соглашения с консорциумом предприятий Hochtief PPP Solutions, DIF Infra и местным KemnaBau – июнь 2016 г., срок действия соглашения – 30 лет, начало эксплуатации – декабрь 2018 г. Планирование, строительство, финансирование и эксплуатация – за счет частного сектора. Впервые консорциум использует новый инструмент финансирования. Часть денег, необходимых для расширения участка дороги, консорциум хочет получить как проектную облигацию вместо традиционного банковского кредита. Проектная облигация финансируется Евросоюзом в рамках инициативы «Проектная облигация Европа-2020» и намерена все чаще привлекать частных инвесторов к строительству и эксплуатации Трансъевропейских транспортных коридоров [2].

Несмотря на реализацию ГЧП-проектов в Германии среди политиков и экономистов ведется острая дискуссия о недостатках такого взаимодействия между государством и бизнесом, приводятся примеры существенного завышения стоимости таких проектов, которые, по сути, не приводят к тем экономическим эффектам, которые изначально были заложены в смысл государственно-частного партнерства.

Вместе с тем, механизмам ГЧП придается большое внимание на уровне Евросоюза, и такая инициатива как «Проектная облигация Европа – 2020» подтверждает серьезность намерений ЕС развивать ГЧП, устраняя недостатки и ошибки при реализации подобных проектов.

Следует отметить, что в Евразийском экономическом сообществе, также как и в ЕС, на протяжении многих лет с учетом опыта ЕС ведется работа по развитию механизмов ГЧП и поддержке ГЧП-проектов. На площадке Евразийской экономической комиссии создана экспертная группа по развитию механизмов ГЧП в рамках ЕАЭС; 25.05.2016 г. в Астане (Республика Казахстан) был подписан Меморандум о сотрудничестве по вопросам развития государственно-частного партнерства в государствах – членах Евразийского экономического союза [7]; подготовлено и опубликовано Практическое руководство для инвесторов «Государственно-частное партнерство в странах Евразийского

экономического союза» [9]. Каждое государство – член ЕАЭС уделяет значительное внимание развитию и применению механизмов ГЧП, несмотря на то, что реализация принципов и механизмов ГЧП началась позднее, чем в странах ЕС. Ожидаемо, что в недалеком будущем под эгидой Евразийской экономической комиссии на территории ЕАЭС также появятся подобные проекты, как в Евросоюзе.

Список использованных источников:

1. PD - Berater der öffentlichen Hand GmbH. URL: https://www.pd-g.de/home/ (дата обращения 07.11.2017)

2. PPP-Projektdatenbank. URL: https://www.ppp-projektdatenbank.de/index.php?id=9 (дата обращения 07.11.2017)

3. ГЧП Журнал. URL: http://pppjournal.ru/ (дата обращения 07.11.2017)

4. Закон о финансировании транспортной инфраструктуры (от 28.06.2003 г.,VIFGG). URL:http://www.gesetze-im-internet.de/vifgg/ (дата обращения 07.11.2017)

5. «Зеленая книга о государственно-частном партнерстве и правовых основах ЕС для государственных контрактов и концессий».URL: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=celex:52004DC0327 (дата обращения 07.11.2017)

6. Левин И.Г. Поддержка государственно- частного партнерства - как это работает в Германии. URL: http://www.lexpro.ru/blogs/view/893(дата обращения 07.11.2017)

7. Меморандум о сотрудничестве по вопросам развития государственно-частного партнерства в государствах - членах Евразийского экономического союза. (г. Астана, 25.05.2016). URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/finpol/dobd/ppp/Pages/default.aspx (дата обращения 07.11.2017)

8. Платформа поддержки инфраструктурных проектов. URL:http://www.pppi.ru/ (дата обращения 07.11.2017)

9. Практическое руководство для инвесторов «Государственно-частное партнерство в странах Евразийского экономического союза» – М.: Центр развития ГЧП, 2017. URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/finpol/dobd/ppp/Documents/Evrazes_Book-2017_A4_Web.pdf (дата обращения 07.11.2017)

10. Сайт Национального центра государственно-частного партнерства. URL:http://pppcenter.ru/(дата обращения 07.11.2017)

©Кравченко М.В., Губачев Н.Н., 2017

УДК 336

ИНИЦИАТИВНОЕ БЮДЖЕТИРОВАНИЕ – ФИНАНСОВАЯ ИННОВАЦИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Селезнева А.С., Титов В.Н.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В современной экономической науке разнообразие практик и названий проектов инициативного бюджетирования требует систематизации понятий. В настоящее время не существует единого и признаваемого всеми научного определения термина «инициативное бюджетирование». Таким образом, необходимо ввести определение для того, чтобы отличить инициативную процедуру от любой другой. Некоторую ясность в этот вопрос внес руководитель Центра инициативного бюджетирования Научно-исследовательского финансового института (НИФИ) Министерства финансов Российской Федерации В.В. Вагин. По его мнению, инициативное бюджетирование – это широкое понятие, которое можно назвать не только элементом государственной политики, но и фундаментом прозрачной бюджетной системы.

Для более четкого определения термина необходимо добавить пять критериев:

обязательность целеполагания в бюджетном процессе, поскольку при инициативном бюджетировании процесс участия всегда основан на том, как использовать ограниченный бюджет для достижения определенных целей;

необходимость реализации на уровне городского округа (или муниципального района) с возможностью самостоятельно распоряжаться ресурсами;

ежегодная повторяемость процесса, так как единичная встреча или даже референдум по финансовым вопросам не является примером инициативного бюджетирования;

необходимость использования формы публичного обсуждения для разрешения возникающих вопросов;

необходимость ответственности обеих сторон за принимаемые решения, поскольку граждане часто не имеют обратной связи по поводу их инициатив.

Таким образом, инициативное бюджетирование в широком смысле мы можем сформулировать как участие граждан в планировании и

распределении бюджетных средств муниципалитета, призванное расширить рамки участия населения в бюджетном процессе путем созыва специальных комиссий.

Для власти поддержка данных проектов способствует:

определению наиболее актуальных проблем, вызывающих социальную напряженность;

активизации участия граждан в решении проблем местного значения через работу в бюджетных комиссиях.

В рамках инициативного бюджетирования расходование бюджетных средств идет под контролем бюджетной комиссии. Таким образом, исключается коррупционная составляющая на этапе подготовки проекта бюджета, граждане вовлекаются в обсуждение и решение тех проблем, от которых зависит качество их жизни, за счет чего снижается социальное напряжение. Наконец, инициативное бюджетирование позволяет повысить качество финансового менеджмента в местной администрации, бюджетную грамотность жителей – участников процесса через лекции, личные встречи с представителями администрации, обязательные письменные ответы на обращения членов комиссии. Это позволяет гражданам прояснить для себя логику, которой муниципальные власти руководствуются при принятии решений. Соответственно, они получают возможность влиять на данный процесс и корректировать его.

Всего в мире в 2014 г. было реализовано свыше 2000 проектов инициативного бюджетирования, причем от 40 до 50% – в Латинской Америке. Это логично, поскольку история инициативного бюджетирования началась в Порту-Алегри, столице бразильского штата Риу-Гранди-ду-Сул. Из этого города данная практика распространилась по другим населенным пунктам Бразилии и Латинской Америки, а затем и Европы.

Зарубежный опыт развития инициативного бюджетирования чрезвычайно важен для России, которая начала реализовывать подобные проекты позже, чем многие другие страны.

В отечественной практике наибольший опыт инициативного бюджетирования накоплен в рамках Программы поддержки местных инициатив (ППМИ) Всемирного банка, которая является частью общей стратегии «Развитие силами местных сообществ». Реализуемые в России проекты осуществляются на средства региональных бюджетов при обязательном софинансировании населения и муниципалитетов.

Старт ППМИ состоялся в 2007 г. на Ставрополье. В настоящее время программа работает в Кировской, Тверской областях, Хабаровском крае,

Республике Башкортостан и Республике Северная Осетия – Алания. С 2014 г. два региона – Ставропольский край и Нижегородская область продолжили реализацию программы самостоятельно.

За 2007-2014 гг. в рамках ППМИ реализованы более 2 тыс. проектов, а число благополучателей программы превысило 1,2 млн. чел. С 2007 г. в регионах прошло более 3000 собраний, в которые были вовлечены более 130 тыс. участников. В Кировской области этот показатель максимальный – 20% взрослого населения. Все регионы, принимавшие участие в ППМИ, перешли (или планируют это сделать) от осуществления пилотных мероприятий на ограниченной территории к полномасштабной реализации. В настоящее время можно выделить два основных препятствия на пути внедрения инициативного бюджетирования в РФ:

отсутствие культуры коллективного взаимодействия, а вследствие этого недостаточный авторитет местных властей у жителей, рост недоверия к руководству и политическая апатия;

сравнительная новизна коллективных форм взаимодействия (например, политических партий, гражданских организаций), которые не имеют достаточного влияния на муниципальную политику.

Пока в России отсутствует законодательное оформление процедур инициативного бюджетирования, то есть администрацию нельзя формально обязать исполнять принятые гражданами рекомендации. Из этого вытекает проблема мотивации граждан к участию в заседаниях комиссии. Пока что фрагментарный характер использования ключевых процедур инициативного бюджетирования в ряде субъектов РФ не позволил региональным и местным властям добиться долгосрочного эффекта от внедрения данной модели бюджетирования. Даже успешная практика инициативных проектов далеко не везде сопровождается активной информационной кампанией в поддержку их развития.

В то же время активное внедрение инструментов инициативного бюджетирования делает востребованной данную концепцию на региональном и местном уровнях, в результате чего значительная аудитория вовлекается в принятие решений о направлении расходования бюджетных средств. На региональном и муниципальном уровнях предстоит создать институциональные, правовые и организационные основы применения инструментов инициативного бюджетирования. Для обеспечения качества такой работы на федеральном уровне необходимо осуществить ряд мер по активизации формирования институциональной инфраструктуры и единой нормативной правовой базы инициативного бюджетирования. Наличие практик инициативного бюджетирования

должно найти свое отражение в рейтинге открытости региональных бюджетов и оценке качества финансового менеджмента.

Список использованных источников:

1. Вагин В.В., Гаврилова Н.В., Шаповалова Н.А. Инициативное бюджетирование: международный контекст российской версии // Финансовый журнал. 2015. № 3. С. 117-122.

2. Вагин В.В., Гаврилова Н.В., Шаповалова Н.А. Инициативное бюджетирование в России: лучшие практики и направления развития // Финансовый журнал. 2015. № 4. С. 94-103.

3. Вагин В.В. Инициативное бюджетирование в Российской Федерации: основные особенности и результаты // Финансовый журнал. 2015. № 5. С. 120-122.

4. Мельцер Д.В. Партиципаторное бюджетирование как механизм прямого участия граждан в процессе обсуждения и принятия городского бюджета // Молодой ученый. 2015. № 4. С. 385-386.

5. Налбандян А.А. Современные подходы к решению проблемы повышения эффективности государственных расходов // Экономические и гуманитарные науки. 2014. № 7. С. 78-85.

©Селезнева А.С., Титов В.Н., 2017

УДК 659

УПРАВЛЕНИЕ СИСТЕМОЙ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИЙ

Назмиева И.И., Одинцова О.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Для обеспечения высокой конкурентоспособности и эффективности предпринимательской деятельности современной компании необходимо применять инновационные маркетинговые технологии и методы. Инновации в жизни человека возникают в связи с необходимостью адаптации к новым социально-экономическим условиям. Постоянный процесс адаптации мы рассматриваем, прежде всего, как важный стимул развития личности. Если активность личности направлена в русло созидательной инновационной деятельности, то это является лучшей стратегией адаптации к происходящим изменениям среды.

Принято считать, что для успешного внедрения нововведений необходимо принимать во внимание объективные факторы среды: масштабы нововведений в отрасли; инновационная политика предприятия, которая, может быть как интенсивной, так и экстенсивной. Т. Питере и Р. Уотермен считают, что новаторские компании чрезвычайно изобретательны в непрерывном реагировании на любые изменения в окружающей среде. Установка на новшества определяется руководством, проявляется в «инновационной ориентированности»; типе и характере производства, экономическом состоянии предприятия [1, с. 169]. Практика предпринимательской деятельности в любой ее форме обычно включает в себя инновационный процесс [2, с. 18].

Создание запоминающейся рекламы не простое дело, поэтому необходимо хранить и анализировать, помимо своей рекламы, рекламные макеты ваших конкурентов. Перед публикацией обязательно дайте посмотреть свои рекламные макеты представителям целевой аудитории. Выясните, что им нравится, а что нет. По результатам обсуждения внесите соответствующие поправки [3, с. 86].

К важнейшим функциям продвижения с точки зрения комплекса маркетинга относятся [3, с. 305]: создание образа престижности фирмы, ее продукции и услуг; формирование образа инновационности для фирмы и ее продукции; информирование о характеристиках товара; обоснование цены товара; внедрение в сознание потребителей отличительных черт товара; информирование о месте приобретения товаров и услуг; информирование о распродажах; информирование о том, что фирма выгодно отличается от конкурентов.

Авторами проведено исследование системы продвижения предприятия ресторанного бизнеса ООО «Ресторатор Плюс» ресторана «Don Peperoncino» в ТЦ «Chine-Town».

Актуальность данной темы исследования обусловлена тем, что от предоставления покупателям информации о предлагаемых продуктах и услугах, ориентированных на запросы клиентов, в ресторанном бизнесе зависит позиция в конкуренции и направление стратегического развития в рыночных условиях.

На сегодняшний день главными способами продвижения ресторана «Don Peperoncino» являются:

наружная реклама. У входа в ТЦ «Chine-Town», а также на первом этаже, расположены баннеры, которые содержат в себе информацию о том, что еще можно проводить в ресторане (деловые переговоры, празднование дня рождения, свадеб), а также особенно ярко выделена фраза «Обед дня –

199 руб.». Баннер содержит изображение аппетитной итальянской пиццы, мимо которой нельзя пройти не заметив. Таким образом, визуализация рекламы проста, красиво оформлена и бросается в глаза.

внутренняя реклама. Наклейки с логотипом ресторана на коробках для пиццы с собой; листовки, где указано, что при заказе на вынос предоставляется скидка 20%; визитные карточки; униформа официантов, пошитая с логотипом ресторана; уютная атмосфера зала с мелодичной музыкой; выпуск высококачественной продукции и отличное обслуживание выступают в качестве средств внутренней рекламы.

интернет. В Instagram и в VK есть своя страница, где указано меню и выложены фотографии ресторана.

через сайт «Restoran.ru». Этот сайт предлагает услуги по привлечению гостей, и имеет удобную навигацию при выборе ресторана по рейтингу, цене или кухне.

сарафанное радио. Получение информации от знакомых, друзей, родственников, которые уже были в ресторане или которые наслышаны о нем.

С помощью опроса гостей (n=50) были выявлены основные информационными источниками ресторана «Don Peperoncino»: внутренняя реклама – 20%, внешняя реклама – 50%, через интернет – 5%, через Restoran.ru – 10%, сарафанное радио – 15%.

Таким образом, в ресторане все используемые методы продвижения в условиях инновации устарели, так как чем более жесткой становится конкуренция из-за открытия новых ресторанов, баров, кафе и прочих мест, чем более искушенными и информированными становятся потребители, тем сложнее их удивить и привлечь. Поэтому для удержания конкурентных позиций, следует формировать и использовать более инновационные и современные методы продвижения:

мобильный маркетинг – реализация комплексных проектов позволяет решить следующие задачи: автоматизация и унифицирование клиентской базы; быстрое информирование о планируемых акциях; установление обратной связи с гостями для повышения качества их обслуживания. Большинство акций мобильного маркетинга проводятся с использованием SMS-сервисов. Так SMS-маркетинг становится одним из ключевых инструментов для реализации комплекса маркетинговых мероприятий.

электронный маркетинг – обеспечивает компаниям конкурентоспособность за счет повышения эффективности маркетинговых стратегий. Компании для освоения электронного маркетинга используют

различные способы: создание web-сайтов, размещение рекламы в Интернете, организация интернет-сообществ; использование электронной почты.

Список использованных источников:

1. Инновации: социально-экономический аспект: монография / Под ред. А.А. Одинцова. – М.: ФГБОУ «МГУДТ», 2014. – 200 с.

2. Одинцова О.В. Управленческая психология предпринимательства сфере сервиса. монография- М.: ИИЦ МГУДТ. – 2010

3. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации. - М.: Финпресс, 2011

©Назмиева И.И., Одинцова О.В., 2017

УДК 364.044.68

КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО КАК ИННОВАЦИЯ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Скоцкая Т.В., Зотов В.В.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Корпоративное волонтерство – это добровольная деятельность сотрудников организации, в различных социальных программах, направленная на сплочение и развитие командного духа персонала, при поддержке своей компании.

Тема корпоративного волонтерства в современной России сейчас актуальна, и имеет большой потенциал для дальнейшего развития, особенно во время экономического кризиса, когда многие бизнес-структуры сократили денежные выделения на благотворительность. Все больше компаний проявляют к нему интерес и разрабатывают программы по вовлечению своих сотрудников в добровольческую деятельность.

Сегодня корпоративное волонтерство – это тренд. Развитие волонтерского движения, которое сейчас происходит во многих компаниях и готовность их к диалогу на эту тему, лишний раз доказывает, что предприниматели заинтересованы не только в получении прибыли и повышении стоимости своих компаний, но и хотят приносить пользу обществу.

Волонтеры представляют собой уникальный ресурс и для некоммерческих организаций, причем ресурс с характеристиками,

позволяющими ему быть не менее ценным, чем материальные и финансовые ресурсы.

В перечень форм волонтерской деятельности персонала компаний входит:

1) поддержка материнства, детей, семей с детьми;
2) защита окружающей среды и экологической безопасности;
3) программы по поддержке здоровья и здорового образа жизни;
4) поддержка объектов и мероприятий в сфере культуры;
5) поддержка социальной инфраструктуры;
6) поддержка образования и науки
7) поддержка малообеспеченных семей
8) поддержка ветеранов
9) поддержка патриотического, нравственного воспитания;
10) поддержка религиозных организаций;
11) помощь после стихийных бедствий, катастроф.

ОАО «Северсталь» является успешным примером организации в корпоративном волонтерстве. Как известно, ОАО «Северсталь» – одна из крупнейших в мире вертикально интегрированных сталелитейных и горнодобывающих компаний с активами в России и США, а также на Украине, в Латвии, Польше, Италии, Либерии и Бразилии. Клиентская база предприятия насчитывает свыше 40 тыс. российских и зарубежных компаний, работающих в основных секторах промышленности, таких как строительство, автомобилестроение, топливно-энергетический комплекс, машиностроение, судостроение и других.

Комплекс благотворительных программ «Северстали» охватывает ключевые направления развития социальной инфраструктуры. На средства компании в регионах её присутствия ремонтируются храмы и монастыри, поликлиники и больницы, школы и детские сады. Оказывается поддержка учебным заведениям, учреждениями культуры и спорта, ветеранам войны и труда, инвалидам.

В рамках корпоративного волонтёрства ОАО «Северсталь» был разработан и реализован ряд социально значимых проектов, и одним из них является программа «Музеи Русского Севера», которая направлена на поддержку деятельности региональных художественных музеев 12 регионов Северо-Запада России.

В компаниях наблюдается стремление упорядочить и организовать корпоративное волонтерство по аналогии с организацией бизнес-процессов для итогового повышения результативности мероприятий и труда волонтеров. Вместе с тем организация и управление корпоративного

волонтерства реализуется в достаточно гибкой манере, менеджеры открыты к предложениям сотрудников, готовы вовлекать волонтеров в процессы организации и управления при общем соответствии корпоративным ценностям.

Корпоративное волонтерство может взаимодействовать с абсолютно любой сферой общества. Благотворительная деятельность повышает репутацию и положительный имидж компании, при этом уровень доверия к бизнесу со стороны общества увеличивается и снижается риск негативного мнения, связанного с деятельностью предприятия. Так же это благотворно влияет на состояние морального климата и укрепление корпоративной культуры и ценностей, развитие потенциала и повышение самооценки сотрудников, выявление лидеров, развитие креативности и инициативности, моральное удовлетворение от совершения добрых дел, формирование самообучающей среды, и даже укрепление семейных ценностей. Волонтерство сближает сотрудников и помогает создать настоящую команду, в которой работа будет проходить в зоне комфорта, а значит гораздо продуктивнее.

Список использованных источников:

1. Арсеньева Т.Н . Корпоративное волонтёрство / Под ред. Арсеньевой Т.Н. – Тверь: Полиграфическая компания «Печатня», 2016, 60 с.

2. Дорожинская Ю. Корпоративное волонтёрство: модели и возможные «подводные камни» // Корпоративное волонтёрство в России: Сб. лучших практик / Под ред. Т. Бачинской. Изд. 2-е. – М.: Центр разв

3. Краснопольская И.И. Корпоративное волонтёрство в России: основные характеристики // Корпоративное волонтёрство в России: Сб. лучших практик / Под ред. Т. Бачинской. Изд. 2-е. – М.: Центр разви

©Скоцкая Т.В., Зотов В.В., 2017

УДК 62+930.85+316.73

СТРАХ ПЕРЕД ТЕХНИКОЙ И ЕГО СВЯЗЬ С УПРАВЛЕНИЕМ ИННОВАЦИЯМИ

Абдрахманова А.А.
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Безусловно, сегодня, в XXI веке, проблема стратегического управления инновациями широко обсуждается как на международном уровне, так и в рамках отдельно взятых компаний или отраслей

промышленности. Инновации повсюду, они активно внедряются в нашу жизнь, хотим мы этого или нет. Вероятно, вопрос стратегического управления инновациями проистекает из страха того, что мы не готовы к грядущим инновациям, что мы не успеваем за развитием техники, за все новыми и новыми продуктами и технологиями. Человечество боится скорости инноваций, и поэтому стремится найти способы ими управлять, предсказывая не только сами новшества и сферу их применения, но и возможные последствия этого процесса. Стратегическое управление инновациями вырастает как реакция на этот, возможно, не всегда осознаваемый страх: мы стремимся доказать себе, что техника все ещё нам подвластна, и мы полностью контролируем её развитие. Однако нельзя просто пытаться подавить этот страх, никак его не осмысляя. Как делается обычно в психологии, следует выяснить его истоки: когда он мог впервые появиться, что стало его причиной, и какова была первая реакция. Вероятней всего, этот страх техники и инноваций формируется у человечества на рубеже XIX-XX веков, и именно этому времени будет посвящен данный доклад.

Конец XIX – начало XX века – противоречивое и поэтому интересное время. Это не просто календарный рубеж веков, но и во многом время смены сознания, время потери и поиска новых ориентиров, не случайно сами современники воспринимали рубеж веков как определенный исторический перевал. Это время стало переломным, в том числе и для техники: множество новых изобретений кардинально меняют повседневную жизнь человека и его представление о мире, окончательно складываются технические науки, происходит формирование неклассической научной парадигмы, зарождается философия техники, слышны первые предостережения об опасности технического прогресса.

К концу XIX века в основных странах совершается переход от доиндустриального к индустриальному обществу. Последняя треть XIX века – время значительного экономического, научного и технологического рывка в Западной Европе и США, где к этому времени завершается промышленный переворот. Удельный вес промышленности в экономике неуклонно возрастает, бурно развивается научно-техническая мысль, достижения которой внедряются в промышленное производство и содействуют качественному обновлению связи, бытовых условий и средств транспорта.

К началу XX века индустриальная цивилизация прочно подчинила все сферы жизни общества: она определяла его отношение к природе, направляла науку, вдохновляла искусства, формировала личность и

характер человека, его быт, работу и свободное время. В это время обозначились основные проблемы техники, не решенные до сих пор, хотя человечество уже вступило в постиндустриальную эпоху.

Переход к индустриальному обществу приводит к тому, что в последней трети XIX столетия особенно ускоряется урбанизация стран. За период с 1880 по 1914 гг. городскими жителями стали 60 млн. европейцев. С быстрым ростом городов были связаны основные изменения в повседневной жизни людей, что во многом определялось изменениями в технике. С невиданным ранее размахом шло градостроительство, что объяснялось созданием новых строительных материалов, механизацией труда и ростом профессиональных навыков рабочих. Основным стимулом для развития архитектуры и градостроительства были новые возможности стройматериалов. Так, стальные и железобетонные конструкции, усовершенствование технологии изготовления стекла обеспечили возможности для поиска новых форм в архитектуре стиля модерн.

На смену старым обветшалым домам приходили многоэтажные постройки, умело вписанные в окружающую среду и продуманные изнутри. Многоквартирные дома строились с учетом новейшего уровня дизайна и последних достижений техники. В квартирах были высокие потолки и окна, централизованное водоснабжение и канализация, иногда встречалось централизованное отопление.

Достижения науки и технологий приходят в каждый дом, развивается бытовая техника. В домах появляются холодильник, электрическое освещение, телефон (1877 – США, 1879 – Париж, 1880-е – Берлин, Петербург), ванная с газовой колонкой, граммофон, электрический утюг, унитаз, стиральная машина, пылесос и лифт.

Расширение городского пространства влекло за собой и развитие транспортного сообщения. В 1870-е появляется рельсовый транспорт, который со временем переходит с конной тяги на электрическую. В Европе первый городской трамвай появляется в 1881 г., а в России – в 1892 г. С 1860-х предпринимаются первые попытки создания подземного скоростного сообщения, и в 1891 году в Лондоне запускается первый радиус метро, а затем метро открывается в Париже.

В 1880-90-е производятся первые мотоциклы и автомобили, которые быстро захватывают популярность во всем мире. Массовое производство автомобилей было налажено в начале XX века Г.Фордом. К началу Первой Мировой войны автомобилей в мире насчитывалось уже около 2 млн.

Развитию транспорта так же способствуют расширение и совершенствование шоссейных и железных дорог.

К концу 19 века паровой флот начинает вытеснять парусный, строятся все более мощные пароходы и крупнотоннажные суда, способные пересечь Атлантический океан за 5-6 дней.

Настоящей революцией в области транспорта стало появление первых летательных средств: создаются аэростаты и дирижабли, а затем и первые экспериментальные самолеты.

Развитие техники позволяет так же улучшить здравоохранение. На основе проводимых исследований разрабатывалась методика излечения болезней, которые раньше считались неизлечимыми, началось массовое производство лекарственных и гигиенических средств, совершенствовалось центральное водоснабжение, улучшалась технология изготовления и хранения пищевых продуктов. Улучшались бытовые условия населения, люди больше внимания уделяли своему здоровью, гигиене и спорту. В начале 20 века был зафиксирован некоторый рост продолжительности жизни.

За счет механизации производства и борьбы за права рабочих сократилась продолжительность рабочего дня, и, следовательно, изменился и досуг горожанина. У людей появлялось больше свободного времени, которое можно было тратить на семью, развлечения, общественную деятельность и образование, которое в это время становится более демократичным и доступным.

Итак, конец XIX – начало XX века – это время, когда очень техника развивается так бурно, как раньше и невозможно было помыслить. За развитием техники следуют и изменения в повседневной жизни населения стран Европы и Америки, а вместе с тем меняется и социальная психология. Так рождается «массовый человек», а за ним и массовая культура. Экономический прогресс, успехи здравоохранения и просвещения вызвали в средних классах восторженную эйфорию, которая постепенно переродилась в состояние инертности, бездействия, потребительского отношения к окружающему. Максимально высоко ценятся успехи в бизнесе, предприимчивость, индивидуализм, привычка и комфорт. Заметно неприятие ко всему непохожему и даже агрессивность. Конечно, все качества массового человека проявятся в XX веке, но заметны они уже на рубеже веков.

Эволюция прессы, книгоиздательства, кинематографа на рубеже веков оказали огромное влияние на человека: расширилась степень информированности, появились новые способы получения знаний, духовная жизнь интернационализируется, появляются новые способы для пропаганды и управления населением.

На основании технического развития рубежа веков можно так же рассмотреть проблему взаимоотношения техники и природы, проблему противостояния индустриализации и проблему влияния техники на искусство в западном мире. Если сегодня мы привыкли к рассуждениям об экологии, глобальном потеплении, загрязнении воды, земли и воздуха, то в конце XIX – начале XX века такие заявления звучали как лишняя предосторожность. Это сейчас мы воспринимаем слова первых философов техники как пророческие, в целом же достижения техники были на тот момент настолько опьяняющими, что мало кто задумывался о возможных последствиях. Упиваясь индустриальным развитием, средний западный человек не видел или не хотел видеть, какую огромную цену приходится платить за успехи науки и техники. Если не считать артистическую интеллигенцию, которая к концу века отличалась чувством разочарованности и упадничества, большая часть населения продолжала верить в неограниченные возможности человека по преобразованию мира. Человечество еще не испытало потрясений XX века в виде двух мировых войн, страшных природных катаклизмов, оружия массового поражения и масштабных техногенных катастроф. Будущее казалось светлым и многообещающим. Можно сказать, что в воздухе витали пока еще только неосознанные предчувствия грядущих катастроф и неминуемых социальных конфликтов, которые фиксировались в основном только философами, художниками и писателями, многие из которых чувствовали, что пора бить тревогу.

Пока индустриальная цивилизация покоряла природу во всех её проявлениях, художники, наоборот, пытались сблизиться с ней и достичь гармоничного сосуществования культурного и дикого миров. Так, против индустриализации выступало Движение искусств и ремесел, зародившееся в Великобритании в 60-е годы XIX века. Основным тезисом, который отстаивали представители Движения, было противостояние индустриализации и её влиянию на ремёсла и жизнь людей. Именно в Англии, где промышленный прогресс шел быстрее, чем на материке, критики и художники острей всего чувствовали общее падение ремёсел, вызванное индустриальной революцией и распространением массового машинного производства. Один из главных представителей движения, художник и мыслитель Уильям Моррис рано замечает, как много бед природе и человечеству приносит промышленный прогресс, что и формирует его взгляды. В сфере искусства он начинает отстаивать идею возрождения индивидуального производства, повышения качества продукции мастерских, улучшения дизайна. Фирма Морриса выступала за

ручной труд художников-ремесленников, а идеалом такого производства представлялись средневековые гильдии мастеров. Кроме того, из противостояния индустриализации выходят так же очень важные социальные идеи Морриса: он один из первых выступает за чистоту окружающей среды (что было тогда уже серьёзной проблемой), а так же за улучшение условий труда и быта рабочих.

Движение искусств и ремесел – не единственный пример обращения искусства рубежа веков к природе, она становится так же основным мотивом стиля модерн, постоянно присутствует в литературе и живописи символистов, в полотнах импрессионистов. Именно пейзажи или цветочные узоры первыми вплывают в памяти, когда мы говорим об искусстве этого периода, поэтому кажется, индустриализации и нет вовсе. Однако здесь правильно скорее обратное: художники, пока это возможно, пытаются воссоединить человека с природой, вернуть их гармонию и согласие. Они создают иллюзорный мир, который не грозит ни социальными потрясениями, ни глобальными катаклизмами, ни страшными войнами. Они обращаются к природному, прячась от индустриализации и власти техники, чтобы сохранить и саму природу, и человека в ней.

Итак, обратившись к истории технике на рубеже XIX-XX веков, мы рассмотрели не только само техническое развитие на этом этапе в виде новых средств транспорта и коммуникации, в виде электрических лампочек и утюгов. На историческом материале, который по сути очень близок к сегодняшней ситуации, мы попытались понять, как техника влияет на нашу жизнь, в чем ее связь с наукой и искусством, как она отдаляет человека от природы, и как формирует настроение в обществе. Многие связанные с техникой проблемы были обозначены уже на рубеже веков, однако с тех пор мы вряд ли приблизились к их решению.

Рассмотренный период – это время радикальных, стремительных технических изменений. На этом фоне, параллельно массовой эйфории, начинает зарождаться страх перед техникой и её непредсказуемым развитием. Именно на рубеже веков человечество начинает ощущать, что повсеместное применение технических новшеств может не только улучшать быт и облегчать труд, но и иметь непоправимые негативные последствия. Как раз в этом времени, в его проблемах, философских и художественных поисках и следует искать прообраз, источник современных попыток урегулировать, предсказать техническое развитие. Человечеству понадобилось более 100 лет, чтобы действительно осознать те проблемы, которые созрели уже в конце XIX века, только сейчас мы

смогли признаться, что мы не всегда можем контролировать и предсказывать развитие техники, что нам необходимо осмысленное, комплексное стратегическое управление новшествами, и изобретениями. А как утверждают психологи, признание своих проблем – это уже половина их решения. Будем надеяться, что в сфере техники и инноваций это тоже работает!

Список использованных источников:

1. Современные философские проблемы естественных, технических и социально-гуманитарных наук: учебник для аспирантов и соискателей учёной степени кандидата наук / под общ. ред. В. В. Миронова. – М.: Гардарики, 2006. – 639 с.

2. Новая история стран Европы и Америки. Начало 1870-х годов – 1918г.: Учебник / Под ред. И.В. Григорьевой. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – 720с.

3. Гомбрих Э.. История искусства. АСТ, Москва, 1998.

©Абдрахманова А.А., 2017

УДК 65.01

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОБЪЕКТ ИНВЕСТИРОВАНИЯ

Ашуров А.А., Сизова Д.А., Комаров Г.А.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Инновации – это всегда финансовые вложения. Таким образом, для извлечения дополнительной прибыли, для повышения производительности организации, для снижения себестоимости продукции требуются финансовые вложения.

Актуальность инновационного процесса определяется тем, что инновационная деятельность по сей день является главным инструментом в управлении предприятием, поддерживающий устойчивое развитие, повышение конкурентоспособности продукции на рынке.

Цель работы: определить роль инновации в деятельности организации.

Задачи:

1) Изучить литературу, связанную с инновационной деятельностью организации;

2) Выявить потребность инвестирования инновации;

3) Изучить роль инвестиций в инновационных проектах.

Объектом исследования является организация, инвестирующая данную инновацию.

Инновация – это конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемый в практической деятельности [1, с. 7].

Инновация – это новшество, являющееся конечным, ранее нигде не примененным, продуктом творческой деятельности человека.

Под инновационной деятельностью понимается вид деятельности, связанный с трансформацией идей в технологически новые или усовершенствованные продукты, или услуги, внедренные на рынке [1, с. 9].

Таким образом, можно выделить следующие функции инновации:

Воспроизводственная;

Инвестиционная;

Стимулирующая.

Под воспроизводственной функцией понимается то, что инновация является важным источником извлечения прибыли, для использования ее в качестве финансовых ресурсов.

Под инвестиционной функцией понимается то, что прибыль, полученная от инновации, будет идти для внедрения новых инноваций.

Под стимулирующей функцией понимается получение прибыли, что побуждает руководителя постоянно изучать спрос, внедрять новые инновации, что ведет к получению еще большей прибыли.

Если инвестором инновации выступает сам инноватор, то сумма инвестиций зависит от внутренних ограничений организации, а именно, цена капитала, условия конкуренции, внутренние потребности производства и т.д.

Руководство компании-инноватора сталкивается с альтернативой инвестиций – вложить временно свободные средства в банковские депозиты или государственные ценные бумаги, получая гарантированный доход без дополнительной высоко рисковой деятельности.

Поэтому доходность инновационных проектов должна превосходить ставку по банковским депозитам и доходность предъявленных к погашению государственных ценных бумаг [2, с. 37].

Собственные средства организации остаются основным источником финансирования инновационной деятельности. Отрасли, которые в годы

проведения макроэкономических реформ в России сохранили достаточный объем оборотных средств, в настоящее время получили реальный шанс, активно осуществлять инновационную деятельность. В первую очередь, это относится к отрасли связи, где за счет короткой длительности производственного цикла предприятия практически не испытывали влияние инфляции и создали достаточный резерв для осуществления научно-технических проектов.

Исходя из анализа мировой практики, 80-90% инноваций в мире финансируются промышленными компаниями за счет собственных средств.

Инвесторы, вкладываясь в инновации организации, учитывают уровень риска, как надбавку к ожидаемой прибыли.

Величина надбавки меняется под разными действиями факторов, это может быть личная особенность лиц, инвестирующих данную инновацию, характер деятельности проекта. В таблице 1 приведена примерно ожидаемая доходность.

Таблица 1

Группа инвестиций	Доходность
Заменяющие инвестиции – подгруппа 1 (новое оборудование и т.д., выполняющие те же функции)	Цена капитала
Заменяющие инвестиции – подгруппа 2 (новое оборудование и т.д., выполняющие те же функции, но являются более совершенствованными)	Цена капитала +3%
Заменяющие инвестиции – подгруппа 3 (новые мощности вспомогательного производства: склады, здания, которые заменяют старые аналоги)	Цена капитала +6%
Новые инвестиции – подгруппа 1 (новые мощности или связанное с основным производством оборудование, с помощью которого будут производиться ранее выпускавшиеся аналоги)	Цена капитала +5%
Новые инвестиции – подгруппа 2 (новые машины, которые тесно связаны с оборудованием)	Цена капитала +8%
Новые инвестиции – подгруппа 3 (новые машины или поглощение и приобретение других фирм, которые не связаны с действующим технологическим процессом)	Цена капитала +15%
Инвестиции в научно-исследовательских работах – подгруппа 1 (прикладные НИР, направленные на определенные специфические цели)	Цена капитала +10%
Инвестиции в научно-исследовательских работах – подгруппа 2 (функциональные НИР, цели которых точно не определены и результаты заранее не известны)	Цена капитала +20%

При принятии решения о реализации нововведения инвестор сталкивается с проблемой определения нижней границы доходности

инвестиций, в качестве которой выступает норма прибыли. Если в качестве инвестора выступает сам инициатор инновации, то при принятии решения об инвестировании он исходит из внутренних ограничений, к которым относится:

Цена капитала;

Внутренние потребности производства;

Внешние факторы (ставка банковских депозитов, цена привлеченного капитала и т.д.).

Экономическая эффективность инновации – это результат внедрения и осуществления инновации, выражаемый в соотношении между полученным экономическим эффектом к затратам факторов, ресурсов, необходимых для получения этого результата. Увеличение объема производства продукции при минимальных затратах на ограниченные ресурсы, технологический процесс, рабочую силу.

Таким образом, в рыночной экономике инновации представляют собой эффективное средство конкурентной борьбы, так как ведут к созданию новых потребностей, к снижению себестоимости продукции, к притоку инвестиций, к повышению имиджа производителя новых продуктов, к открытию и захвату новых рынков, в том числе и внешних.

Список использованных источников:

1. Одинцов А.А. «Инновационная предпринимательская деятельность». М.: РИО МГУДТ . – 2012 . – 211с.

2. Туккель, И.Л. «Управление инновационными проектами: учебник. – 2-е изд., доп. / И.Л. Туккель, А.В. Сурина, Н.Б. Культин / Под ред. Проф И.Л. Туккеля. – СПб.: БХВ-Петербург, 2017. – 416 с.: ил. – (учебная литература для вузов)

©Ашуров А.А., Сизова Д.А., Комаров Г.А., 2017

УДК 687.1

ПРОБЛЕМЫ РОСТА ПРЕДПРИЯТИЙ, РАБОТАЮЩИХ В УСЛОВИЯХ АУТСОРСИНГА

Карабанова Н.Л., Бутко Т.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Для швейных предприятий по выпуску одежды одной из главных задач является своевременное обновление моделей одежды в соответствии с модными направлениями. Это обеспечивает постоянный интерес

потребителя к продукции производителя, порождая новый спрос. Однако, процесс проектирования новых моделей одежды – сложный многоэтапный процесс, большая часть которого базируется на результатах интеллектуального труда художников-создателей. Это и художники-модельеры, конструкторы, художники-конфекционисты [1]. Кроме того, эффективное осуществление процесса конструкторско-технологической подготовки производства новых моделей требует внедрения инновационных технических средств, представленных системами автоматизированного проектирования, что еще больше повышает требования к персоналу, и, соответственно, увеличивает расходы предприятия на заработную плату, приобретение и обслуживание дорогостоящего оборудования, аренду дополнительных площадей. Поэтому на начальных этапах постановки производства малые швейные предприятия часто используют услуги аутсорсинговых компаний, что позволяет изготавливать конечный продукт, исключив из процесса затратные и малоосвоенные этапы производства.

Аутсорсинг – передача организацией на основании договора определенных видов или функций производственной предпринимательской деятельности другой компании, действующей в соответствующей области [2]. Внедрение в России аутсорсинговых услуг стали применять относительно недавно, в 90-е годы, в условиях кардинального изменения государственного строя. Для предпринимателей, вынужденных экономить на своих расходах, это был новый опыт поиска форм и методов управления предприятиями. В настоящее время аутсорсинг – важное звено для оптимизации деятельности предприятий [3].

Для малых предприятий швейной отрасли к таким видам деятельности чаще всего относят отдаленно работающее экспериментальное производство, требующее специальных высококвалифицированных кадров, специализированно оборудованных площадей и дорогостоящего оборудования. Это позволяет сконцентрировать свои усилия на качественном исполнении задач швейного производства, во многом формирующих конечное качество продукции.

Преимуществами аутсорсинга являются:

экономия средств предприятия на содержание рабочих мест специалистов данного направления, аренду помещения, содержание и эксплуатацию оборудования, заработную плату специалистов, отсутствие зависимости от болезней или увольнения работников;

применение современных технологий;

возможность получения консультаций, рекомендаций высококвалифицированных специалистов по разработке, внедрению нового ассортимента, наем которых для предприятия дорог и нерационален;

высокое качество моделирования и конструирования новых моделей;

гибкая система оплаты.

Однако, опыт работы швейных предприятий, работающих в условиях аутсорсинга, показывает, что на определенном этапе производственной деятельности с учетом приобретаемого опыта и формирования собственных фондов конструкторской документации создаются предпосылки к изменению условий взаимодействия. Некоторые факторы аутсорсинговых отношений становятся тормозом в развитии предприятия. К ним можно отнести такие недостатки аутсорсингового взаимодействия как:

большие сроки выполнения заказов на разработки нового ассортимента, что в свою очередь ведет к увеличению сроков запуска нового ассортимента и снижению конкурентных преимуществ, потере клиентов, и, соответственно, прибыли;

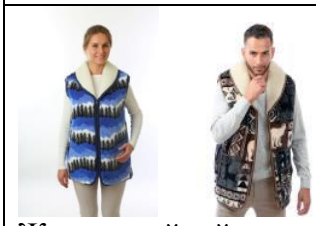
тенденция к увеличению стоимости разработки моделей, которая независимо от степени новизны, сложности модели, остается одинаково высокой;

доступность части внутренней коммерческой информация производства аутсорсинговому предприятию и предприятиям конкурентам.

Как видно из таблицы 1, некоторые модели, разрабатываемые аутсорсинговым предприятием, не имеют принципиальной новизны. Их разработка сведена к незначительному изменению отдельных конструктивных элементов, таким как, оформление горловины воротником, капюшоном, изменение длины, применение в изделии различных материалов, применение различной фурнитуры.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика моделей

Ассортимент швейного предприятия	Ассортимент аутсорсингового предприятия
	Жилет классический с воротником

Жилет классический без воротника	
жилет классический удлиненный	жилет офисный (приталенная, укороченная модель)
 Жилет двойной с воротником	Жилет с капюшоном и вставками из плащевой ткани по бокам

Все эти преобразования представляют собой простые трансформации базового комплекта конструкторской документации, осуществляемые по алгоритму типового проектирования.

Анализ недостатков приводит к пониманию, что на определенном этапе развития производственной деятельности малого швейного предприятия, работающего в условиях аутсорсинга с экспериментальным производством, экономически целесообразно развивать мероприятия более эффективного использования накопленного опыта и фондов имеющейся конструкторской документации для выполнения работ по обновлению и расширению ассортимента. Они могут быть связаны с формированием экспериментальных участков, задачей которых является самостоятельная разработка серий моделей на единой конструктивной основе, предоставляемой аутсорсинговой компанией, с использованием приемов конструктивного моделирования, не требующих модельных преобразований высокой трудоемкости.

Список использованных источников:

1. Бутко Т.В., Гусева М.А., Андреева Е.Г. Характеристика основных этапов конструкторско-технологической подготовки производства швейных изделий. Электронное учебное пособие для подготовки бакалавров по направлению 29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности / Москва, 2017.;

2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%83%D1%82%D1%81%D0%BE%D1%80%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%B3.

3. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://cartli.ru/articles/istorija-vozniknovenija-autsorsinga-v-rossii-.

©Карабанова Н.Л., Бутко Т.В., 2017

УДК 658.5:005.511

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ДОСТИЖЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Савельева А.И., Ингман Н.И.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Совершенствование организационного и экономического механизма управления организацией не представляется возможным без внедрения современных управленческих технологий. Такой технологией является стратегическое финансовое планирование, позволяющее на длительном временном горизонте качественно планировать финансовые потоки организации, а также стимулировать, контролировать и своевременно корректировать их реальное осуществление с учетом долгосрочных целей компании.

В отечественной экономической литературе достаточно широко обсуждается проблема разработки и использования в практике учёта, анализа, планирования и контроля новых современных подходов к эффективному управлению финансами хозяйствующих субъектов.

В современных условиях дефицита финансовых ресурсов и усиления конкуренции остро стоит проблема создания эффективной системы внутрифирменного планирования и бюджетирования, которая содействует достижению стратегических целей компании.

Недостаточно глубокое изучение зарубежного опыта стратегического финансового планирования, ориентированного на цели повышения инвестиционной привлекательности и капитализации бизнеса, приводит к неоправданному и существенному сужению назначения финансового планирования в российских реалиях, не способствует формированию целостной системы финансовых целей и затрудняет их достижение.

В условиях активного расширения практики применения финансового планирования в управлении предприятиями различных отраслей экономики актуальны исследования, направленные на

совершенствование методологии и методики стратегического финансового планирования, в силу отсутствия четко сформулированных концептуальных подходов и методических рекомендаций по разработке и внедрению стратегического финансового планирования и системы бюджетирования с учетом стратегических целей.

Стратегическое финансовое планирование интерпретируется как часть стратегии всего предпринимательства. Основной задачей стратегического финансового планирования является определение источников инвестиций, которые через эффективность их использования влияют на устойчивость, конкурентоспособность предприятия, продукции и услуг. Для решения этой задачи предлагается при разработке стратегии финансирования проводить агрегирование плановых показателей по уровням управления:

- на уровне всего предпринимательства (предпринимательства в целом);
- на уровне полей предпринимательства (планирование маркетинга, производства, персонала, организации, финансирования), ориентированных на функции менеджмента;
- на уровне отдельных групп персонала, которые влияют на результаты проекта, сметы, расчеты, вычислительные операции, выбор оценочных показателей, осуществление процессов, контроль.

Структуризация активностей в рамках стратегического планового процесса может следовать различным моделям разграничения компетенций планирования. Одна из моделей планирования стратегических полей и функций каждой сферы основана на всеохватывающем разграничении предметов и целей планирования областей предпринимательства. В то же время стратегическое планирование на уровне всего предпринимательства должно учитывать определенные ограничения как необходимое условие достижения целей и выполнения общих предпринимательских задач.

Структуризация стратегического планового процесса предусматривает определения порядка включения элементов процесса стратегического планирования, необходимых для достижения поставленной цели. Реализация модели предусматривает при этом логическое отношение «причина-следствие» между элементами процесса. В качестве целевых критериев осуществления процесса служат сформулированные ранее требования к процессу стратегического планирования. Учитывая новизну подхода к процессу стратегического планирования, соответственно, возрастают требования к поддержке

процесса обучения, т.к. это обусловлено сложностью и непредсказуемостью стратегической плановой ситуации.

Проблему структуризации процесса стратегического планирования необходимо подразделить на две подпроблемы. Во-первых, это установление функций планирования; во-вторых, установление объектов планирования. В качестве исходного пункта к установлению последовательности плановых функций и формулированию стратегии, оценке, выбору, имплементации и контролю могут служить системно-теоретические принципы. Комбинация обоих принципов управления и регулирования ведет к новой картине протекания функциональных процессов.

Согласно принципам управления, планированием должна быть охвачена совокупность независимых переменных, чье воздействие должно быть адаптировано к условиям среды, и должно определяться соответствующими, ориентированными на цель показателями. С помощью принципов управления стремятся охватить (подобрать) также и компенсаторы помех уже перед их воздействием на управляемую систему. Вариации целевых показателей необходимы при изменении управляющих показателей или показателей помех. Исходя из сказанного, можно заключить, что как целевые показатели, так и виды, и воздействия переменных, связанных с помехами, должны быть заранее известны. Процесс планирования, основанный на принципах управления, ведет к строгому расчету показателей, которые достаточны и для требований поддержки процесса обучения планированию, и для применения в качестве критериев, ориентированных на выполнение показателей.

Одним из ключевых полей предпринимательства является финансирование, в частности определение источников финансирования. Например, для определения источников инвестиций в инновационный проект на действующем предприятии предлагается следующий поэтапный процесс:

первый этап – определение суммы инвестиций;

второй этап – анализ источников покрытия инвестиций на предприятии: амортизационные отчисления от балансовой стоимости основных производственных фондов, прибыль, используемая на финансирование инвестиций, другие собственные источники;

третий этап – изучение возможностей привлечения средств юридических лиц, поступающих в порядке долевого участия в деятельности предприятия (определение суммы средств);

четвертый этап – определение суммы недостающих средств путем сравнения необходимых инвестиций на первом этапе и сумм, рассчитанных на втором и третьем этапах);

пятый этап – определение сумм долгосрочного кредита.

Предложенный поэтапный процесс позволяет более обоснованно подходить к оценке собственных источников финансирования инвестиций и принятия решений о кредитах, что, с нашей точки зрения, особенно актуально в условиях экономических санкций.

Среди собственных источников инвестиций важнейшим общепризнанно является прибыль. Следует учесть три функции, выполняемые прибылью:

1) отражение финансовых результатов производственно-хозяйственной деятельности предприятия;

2) стимулирующая, реализуемая при распределении и использовании прибыли;

3) источник формирования финансовых ресурсов предприятия.

Использование амортизационного фонда как источника воспроизводства основных фондов и нематериальных активов, связано с распределением выручки, часть которой представляет собой прибыль предприятия. Возмещение затраченных денежных средств и формирование собственных источников финансирования простого и расширенного воспроизводства – амортизационных отчислений и прибыли – являются результатом кругооборота авансированного в производство продукции (работ, услуг) капитала.

Качественное стратегическое финансовое планирование позволяет максимально спланировать все факторы, которые в определенном периоде времен могут положительно повлиять на производственную, экономическую, социальную устойчивость предприятия, заблаговременно предугадать возможные риски, возможные изменения конъюнктуры рынков.

Стратегическое финансовое планирование и устойчивое развитие предприятия связанны между собой большим количеством приемов обеспечения финансовой устойчивости, которые различаются в зависимости от их действий на возможные угрозы: резервирование, хеджирование; страхование; изменение плана предприятия; устранение и игнорирование угроз, адаптация и изменение среды.

Значительное влияние на устойчивое развитие предприятия оказывают, технологические и производственные инновации, разработка новых продуктов, услуг. Это факторы, которые позволяют сохранять

любому предприятию необходимый уровень конкурентоспособности. Именно поэтому, стратегическое финансовое планирование является неотъемлемой частью устойчивого развития предприятия.

Таким образом, развитие теоретического представления о стратегически-ориентированном финансовом планировании и методических особенностях его реализации позволит формулировать конкретные практические рекомендации по совершенствованию финансового планирования и бюджетирования с учетом особенностей функционирования конкретной организации.

Список использованных источников:

1. Захарова Д.В Условия формирования инновационного потенциала России / Д.В. Захарова // Управление логистическими системами: глобальное мышление – эффективные решения: материалы Междунар. науч.-практ. юбилейного X Южно-Российского логистического форума, 10-11 октября 2014 г. Ростов н/Д.: Изд.-полигр. комплекс РГЭУ (РИНХ), 2014. Т. I. С. 52-56.

2. Удалова Д.В. Особенности бюджетного сектора в экономике РФ / Д.В. Удалова // Проблемы и перспективы развития региональной инфраструктуры: сб. по результатам Междунар. науч.-практ. конф., 15 апреля 2014 г. Саратов: Изд. центр «РАТА», 2014. С. 79-82.

3. Салахиева М.Ф. Развитие системы планирования в условиях нестабильности // Актуальные проблемы экономики и права. 2010. № 2(14). С.225 230.

4. Коробкова З.В. Стратегия модернизации: новое качество устойчивого инновационного развития организации // ИЭОПП СО РАН. 2013. С. 214-226.

©Савельева А.И., Ингман Н.И., 2017

УДК 687

СОЦИАЛЬНЫЕ И БИЗНЕС-ПРЕДПОСЫЛКИ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТ ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ РЕАБИЛИТАЦИОННЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ МЕХОВОГО ЛОСКУТА

Гусев И.Д., Гусева М.А., Андреева Е.Г.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Продукция предприятий пушно-меховой отрасли востребована во многих сферах жизнедеятельности человека, при этом основными потребителями меховых изделий являются индивидуальные покупатели (около 80% производимых товаров) [1]. Исследованиями установлено, что на территории России наблюдается устойчивый спрос на одежду и обувь из меха [2], чему способствуют территориальная расположенность страны, рост доходов населения, увеличение численности пошивочных ателье и укрепление экономического положения крупных меховых предприятий [3].

По данным на январь 2016 г. в РФ функционирует около 950 предприятий по обработке пушно-мехового сырья и изготовлению меховых изделий: большой (меховые фабрики), средней (дизайн-бюро) и малой (ателье) мощности. Наиболее крупные из них расположены в Москве и Московской области, в Санкт-Петербурге, Татарстане, Кировской области, Новосибирской и Иркутской областях, в Ставропольском крае. По численности меховых предприятий лидируют Центральный федеральный округ (26,5%), Приволжский ФО (20%), Сибирский ФО (16%) и Северо-Западный ФО (10%) [1]. Особенностью производства изделий из меха является практически безотходная технология [4]. Остающийся скорняжный лоскут востребован в отделке бортов, воротников, капюшонов, манжет верхней одежды [5], в декоре головных уборов, перчаток, рукавов различных покроев [6], при изготовлении игрушек [7] и реабилитационных изделий [8], а также меховой подкладки в одежде из текстиля [9], меховых полотен [10].

Представителями кафедры художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий РГУ им. А.Н.Косыгина, при поддержке университета в виде гранта, проведено маркетинговое исследование среди функционирующих на территории Москвы меховых предприятий и ателье.

Цель исследования:

определение возможностей рынка товаров из мехового лоскута,

исследование социальных аспектов реализации отходов мехового производства,

исследование влияния бизнес-приоритетов предприятия на реализацию мехового лоскута,

установление предпосылок организации работ по производству реабилитационных изделий из мехового лоскута.

Мониторинг проводился путем анкетирования представителей крупных предприятий отрасли и ателье. Интервьюером использовался персональный сбор информации – при личном контакте с опрашиваемыми, а также дистанционный опрос (по телефону, интернету) двух видов, когда анкету заполняли сами опрашиваемые, или анкету заполнял интервьюер со слов опрашиваемых.

Опрос выявил различия в подходе к вопросу реализации отходов мехового производства среди представителей крупных компаний и ателье. Установлено, что скорняжный лоскут, остающийся после изготовления верхней одежды и головных уборов на крупных предприятиях, как правило, перерабатывается: изготавливаются меховые пластины, игрушки, шарфы, палантины, помпоны и отделочные элементы на головные уборы, другие товары [9, 11]. При этом некоторые крупные предприятия реализуют меховой лоскут зарубежным фирмам, использующим его на изготовление меховых опушек в одежде из текстиля, всевозможных аксессуаров и сопутствующих товаров.

В сравнении с крупными предприятиями, процесс реализации меховых отходов в ателье организован менее прибыльно. Между тем, спрос на меховой лоскут существует – предприниматели обмениваются информацией как на крупный сайтах [2], так и в личных бизнес-контактах.

Исследования перспективности изготовления на российских предприятиях реабилитационных товаров из мехового лоскута показало, что основным стимулирующим фактором развития такого производства был бы госзаказ в рамках развития государственной реабилитационной индустрии [12]. Желательность такого заказа высказали, в основном, мелкие предприятия, не имеющие обширный рынок сбыта своей продукции. Крупные меховые фабрики, с устойчивым спросом на свою продукцию, не проявили заинтересованность в проекте производства реабилитационных изделий из мехового лоскута, указав на высокую трудоемкость изготовления меховых пластин из отходов мехового производства. Нереализуемыми, с точки зрения представителей крупных

предприятий, являются меховые кусочки размерами менее 0,5х1,0 см. Скорняжный лоскут более крупного размера востребован для переработки.

Производство реабилитационных товаров из мехового лоскута целесообразно организовать на предприятиях, где уже используется труд инвалидов [13]. Монотонность труда при выполнении технологических операций сборки пластин из мехового лоскута способствует развитию моторики у работника, выстраиванию логической цепочки действий, усидчивости. Кроме того, тактильное взаимодействие с мехом благотворно сказывается на психическом здоровье [7].

На территории РФ накоплен опыт трудоустройства инвалидов на швейных предприятиях. При этом востребованы такие профессии, как сборщик изделий из кожи и меха, художник-конструктор, вышивальщик по коже и меху, конструктор одежды, раскройщик, портной [14]. Работники, имеющие физические ограничения могут трудиться на предприятиях в должности товароведов, раскройшиков, швей, укладчиков готовой продукции. Работу могут выполнять инвалиды с умеренным нарушением функций речи, слуха, нижних конечностей, кровообращения, пищеварения, обмена веществ и энергии, с шизофренией, с легкой умственной отсталостью [15]. Содействие трудоустройству инвалидов на специальные рабочие места выполняется в рамках государственных [12, 13] и региональных [14, 15] программ антикризисных мероприятий.

Развитие процесса профессиональной подготовки инвалидов с последующим созданием или модернизацией рабочих мест для трудоустройства на предприятиях реабилитационной индустрии направлено на реализацию значимых для человека возможностей экономической автономии, социального и семейного благополучия; при этом формируется функциональная и статусная включенность инвалидов в систему социально-экономических отношений.

Список использованных источников:

1. Зарецкая Г.П., Петросова И.А., Гусева М.А., Мезенцева Т.В., Гончарова Т.Л., Лопасова Л.В. Маркетинговые исследования пушно-меховой индустрии России. // НО Российский пушно-меховой союз, 2015.

2. РосМЕХ. Пушной портал России. URL.: http://rosmex.ru/ (дата обращения 16.10.2017).

3. Гусева М.А., Андреева Е.Г. Перспективные тенденции развития меховой отрасли промышленности РФ // Техника и технологии: роль в развитии современного общества. – 2016. – № 7. – С.4.

4. Гусева М.А., Андреева Е.Г., Петросова И.А., Клочкова О.В. Инновационные реабилитационные швейные изделия с деталями из

натурального меха // В сборнике: Изделия легкой промышленности как средства повышения качества жизни лиц с ограниченными возможностями по здоровью: практические решения. - М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2017. - С.20-24.

5. Гусева М.А., Андреева Е.Г., Новиков М.В., Вяткина К.Д. Анализ тенденций развития и актуальности декорирования одежды натуральным мехом // Потенциал современной науки.- 2015, № 9 (17).- С.13-18.

6. Гусева М.А., Андреева Е.Г. Изменение основных конструктивных прибавок в меховых изделиях в зависимости от покроя рукавов // Дизайн. Материалы. Технология. 2017. Т3. №47, с. 16-20.

7. Гусева М.А., Андреева Е.Г., Петросова И.А., Зарецкая Г.П. Применение современной отделки в изделиях из натурального меха для сенсорной реабилитации пациентов с различной патологией // В сборнике: Изделия легкой промышленности как средства повышения качества жизни лиц с ограниченными возможностями по здоровью: практические решения. - М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2017. - С.180-184.

8. Гусева М.А., Андреева Е.Г. Использование меха в реабилитационных швейных изделиях // В сборнике: Актуальные проблемы инклюзии: качество жизни, безбарьерная среда, образование без границ Сборник научных публикаций. Москва, ФГБОУ ВПО МГУДТ, 2016. С. 64-66.

9. Меха Екатерина. Официальный сайт URL.: http://mexa-ekaterina.ru/collection/?PAGEN_1=3 (дата обращения 16.10.2017).

10. Борисова Е.Н. Оценка влияния параметров меховых полотен из овчинного полуфабриката на их теплозащитные свойства. // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – 2013. – № 3 (345). – С. 108-112.

11. BLACKGLAMA. Официальный сайт URL.: https://www.blackglama.ru/aksessuari/ (дата обращения 06.10.2017).

12. Стратегия развития производства промышленной продукции реабилитационной направленности до 2025 года. Проект. Интернет-ресурс URL: http://minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/Project_REAPROM_until_2025.pdf (дата обращения 18.09.2017).

13. Методические рекомендации по перечню рекомендуемых видов трудовой и профессиональной деятельности инвалидов с учетом нарушенных функций и ограничений их жизнедеятельности. Утв. Приказом Минтруда России от 04.08.2014 № 515.

14. Об утверждении перечня профессий и специальностей, наиболее подходящих для трудоустройства инвалидов, проживающих в муниципальных районах, городских округах Удмуртской республики. Приказ от 16.01.2017 № 01-05/001 // Интернет-портал Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. URL.: http://docs.cntd.ru/document/446168111 (дата обращения 16.10.2017).

15. Примерный перечень профессий рабочих, должностей служащих, востребованных на рынке труда Санкт-Петербурга, на которые могут трудоустраиваться инвалиды // СП-Б, 2011. Интернет-издание. URL.: http://www.spbgasu.ru/upload-files/trudoustroystvo/perechen_prof.pdf (дата обращения 16.10.2017).

©Гусев И.Д., Гусева М.А., Андреева Е.Г., 2017

УДК 687.1

ИССЛЕДОВАНИЕ ВОСТРЕБОВАННОСТИ РЕАБИЛИТАЦИОННЫХ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ ДЛЯ БИОПСИХОСОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ МАЛОМОБИЛЬНЫХ ГРАЖДАН

Гусев И.Д., Лобжанидзе С.К., Пухир В.М.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В Федеральном законе РФ [1] сформулированы основные понятия, связанные с инвалидностью: «инвалид – лицо, которое имеет нарушения здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость социальной защиты. Ограничение жизнедеятельности – полная или частичная утрата лицом способности или возможности осуществлять самообслуживание, самостоятельно передвигаться, ориентироваться, общаться, контролировать свое поведение, обучаться и заниматься трудовой деятельностью». По данным Федеральной службы государственной статистики по состоянию на 01.01.2017 г. общая численность инвалидов составила 12259 тыс. человек [2], из них в Москве около 1 млн. 200 тыс. человек, из которых 7,5 тыс. человек используют для передвижения инвалидную коляску [3]. Таких людей относят к маломобильным или неподвижным группам населения [4].

Для поддержки интеграции в обществе граждан с нарушением мобильности разработаны, утвержденные указом Президента РФ [5], меры государственной поддержки, предусматривающие создание доступной среды [6], снижающей изолированность инвалидов – это создание пандусов, специальных подъемников, обеспечение средствами передвижения, реабилитационной одеждой, обувью, спецприспособлениями для надевания предметов одежды и другими изделиями [7]. В 2016 г., согласно законодательству РФ, бюро медико-социальной экспертизы (МСЭ) выдало разрешение на приобретение инвалидами 133262 ед. кресел-колясок, 2446 ед. специальной одежды, 844218 пар ортопедической обуви, 2120 приспособлений для одевания, раздевания и захвата предметов, и множество других разновидностей реабилитационных изделий [8], обеспечивающих потребности граждан с инвалидностью [9] в соответствии с требованиями, предъявляемыми к лечебно-профилактическим изделиям [10].

Перечисленные меры поддержки направлены на биопсихосоциальную адаптацию инвалидов, решающую проблемы медицинского характера, социального обеспечения, организации высокого качества жизни людей, которые в силу потери здоровья, испытывают зависимость от других: государства, формальных и неформальных помощников или участников ухода [4]. Критерием успешной социализации людей в инвалидных колясках можно считать расширение круга общения, положительные переживания, связанные с возможностью соответствовать нормам и принятие этих норм.

Современное общество – это общество потребления. Людям доступны изделия, украшающие облик – красивая одежда, обувь, головные уборы, аксессуары. Часть маломобильных граждан относятся к малообеспеченным группам населения, их предметы гардероба не соответствуют модному направлению [11] и эксплуатируются до полного физического износа. Другая часть людей с инвалидностью – это платежеспособная аудитория, из которых 57% – это молодые люди от 18 до 29 лет, настроены на положительное восприятие мира, в том числе и через внешний облик, работают [12] и стремятся украшать себя одеждой.

Отношение к людям с ограничениями здоровья меняется. Их начинают воспринимать не как ждущих медицинского ухода пациентов, а как людей, нуждающихся в устранении барьеров, препятствующих занятию ими достойного места в современном обществе. Российские и зарубежные дизайнеры посвящают инвалидам свои коллекции одежды [12, 13], инженеры разрабатывают требования к лечебно-профилактическим

швейным изделиям [9], разнообразные приспособления [8] и изделия реабилитационной направленности [14]. Да и сами люди с инвалидностью сейчас активно общаются, в том числе через соцсети, на форумах с использованием веб-камер, назначают встречи, организуют культурные мероприятия, где им необходим безупречный внешний вид для полноценной интеграции.

Для снятия эмоционального барьера, связанного с физической неловкостью человека в инвалидной коляске из-за неустойчивого положения ног, вызванного непроизвольными фоновыми движениями [15], в РГУ им. Косыгина разработаны реабилитационные изделия – мешки для фиксации положения ног [16] с входящими в комплект съемными деталями [17] для использования изделий в холодное время года.

Известно, что инвалидная коляска для ее обладателя – это часть неприкасаемого пространства [4], поэтому улучшение комфортного пребывания в этом транспортном средстве рассматривается нами как решение одной из проблем биопсихосоциальной адаптации человека. Разработке модельного ряда [18] реабилитационных изделий для ног предшествовало исследование социальных аспектов производства изделий для фиксации положения ног в инвалидной коляске, мониторинг потребительских предпочтений в конструктивном решении реабилитационных изделий. Интервьюеры опрашивали потенциальных потребителей анкетированием в соцсетях с помощью мобильного приложения VK (в контакте). Размещение вопросов в анкете от простых к сложным. Первые вопросы – нейтральные, не допускающие дискуссий. Большинство вопросов с многовариантным ответом. Опрашиваемый выбирает из перечисленных вариантов ответ (ставит символ в отведенном месте), соответствующий его собственной позиции, или близкой к ней. Практически все вопросы анкеты – закрытые, т.е. включают возможные варианты ответов, из которых респондент делает свой выбор. Это обусловлено условиями опроса и обеспечивает минимальные затраты времени на опрос, не утомляя респондента.

Исследованием установлено, что на качество анкетирования и положительную реакцию интервьюируемого влияют не только красочность оформления анкеты, правильность и логичность формулировки вопросов, но и корректностью использования в разговоре терминов, отражающих характеристики предмета исследования. Известные общепринятые термины [19] были дополнены нами (табл. 1) с учетом пожеланий интервьюируемых.

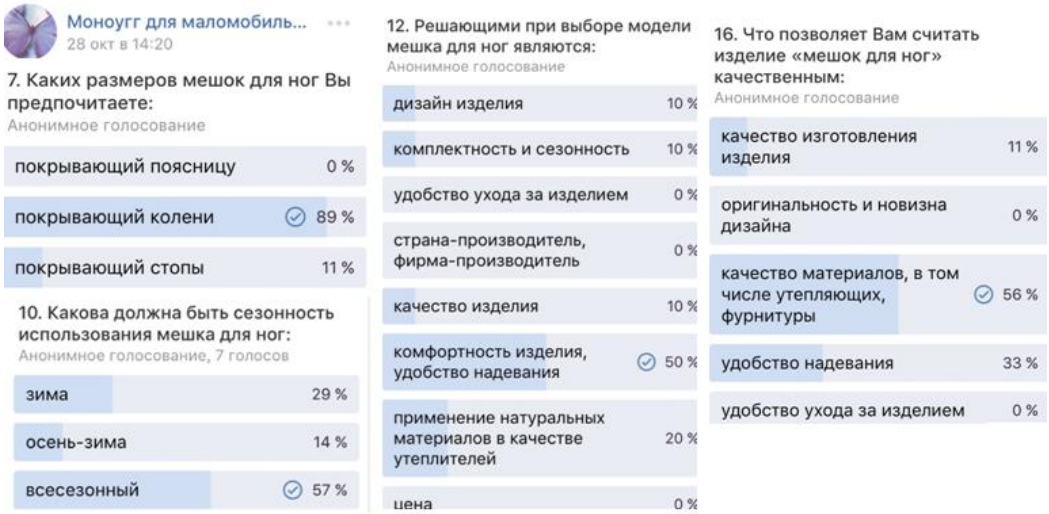


Рисунок 1 – Фрагмент мониторинга в соцсетях потребительских предпочтений в решении реабилитационных изделий

Таблица 1 – Список некоторых терминов.

Термин	
Для позитивного образа собеседника	Недопустимый
Человек, имеющий инвалидность, Человек с нарушением мобильности	Инвалид, больной, калека
Обычный	Здоровый
В специализированном транспортном средстве	В инвалидной коляске
Моноугг, реабилитационное изделие для ног	Мешок для ног

В результате исследования установлено, что предлагаемые модели реабилитационных изделий для фиксирования положения ног в инвалидных колясках востребованы. Положительно оценено респондентами наличие таких деталей как, длинные ленты-захваты с петлями для натягивания мешков, тесьма с петлями-захватами в замках-застежках (выполняют компенсаторные функции), наличие жестких прокладок в пяточной и носочной зонах (выполняют защитные функции) [20]. Использование перечисленных деталей изделия помогает человеку с нарушением мобильности самостоятельно надевать реабилитационные изделия на ноги в случае наличия у него существенных моторных и сенсорных нарушений. Эстетическое оформление моноуггов, комбинирование в изделии различных по фактуре материалов, использование модной цветовой гаммы – все эти решения способствуют психологической адаптации человека с инвалидностью. Надежная фиксация положения ног с помощью реабилитационных изделий для ног способствует снятию психологического и физического напряжения, социальной мобильности человека в инвалидной коляске.

Список использованных источников:

1. О социальной защите инвалидов в Российской Федерации. Федеральный закон (с изменениями на 30 октября 2017 года) URL.: http://docs.cntd.ru/document/9014513 (дата обращения 11.11.2017)

2. Федеральная служба государственной статистики. Положение инвалидов. Официальный сайт. URL: http://www.gks.ru/ (дата обращения 12.10.2017).

3. Петросян В.А. Интеграция инвалидов в российское общество. Дисс. на соиск. уч. степени докт. соц. наук. М. - 2011. – 345 с. URL.: http://www.dissercat.com/content/integratsiya-invalidov-v-rossiiskoe-obshchestvo (дата обращения 12.11.2017)

4. Краснова О.В., Галасюк И.Н., Шинина Т.В. Психология личности пожилых людей и лиц с ограничениями здоровья. Учебное пособие для слушателей профессиональной переподготовки по специальности «Психологическая работа в учреждениях социальной сферы» - М.: ДСЗН, 2010. – 200 с.

5. Указ Президента РФ от 02.10.1992 N 1157 (ред. от 01.07.2014) «О дополнительных мерах государственной поддержки инвалидов»

6. Государственная программа Российской Федерации «Доступная среда» на 2011-2020 годы», утв. Постановлением Правительства РФ от 01.12.2015 № 1297.

7. Стратегия развития производства промышленной продукции реабилитационной направленности до 2025 года. Проект. Интернет-ресурс URL: http://minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/Project_REAPROM_until_2025.pdf (дата обращения 18.09.2017).

8. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 30.12.2005 № 2347-р (ред. от 10.09.2014) «О федеральном перечне реабилитационных мероприятий, технических средств реабилитации и услуг, предоставляемых инвалиду».

9. Андреева Е.Г., Мокеева Н.С., Глушкова Т.В., Харлова О.Н., Чулкова Э.Н. Реабилитация и профилактика инвалидности: одежда, корректирующие приспособления: справочник.- М.: МГУДТ, 2010.- 89 с.

10. Бикбулатова А.А., Андреева Е.Г. Метод определения требований к лечебно-профилактическим швейным изделиям // Швейная промышленность.- 2013, № 1.- С. 37-40.

11. Гусев И.Д. Разработка реабилитационных изделий для людей с ограниченной двигательной активностью ног в рамках рециклинга отходов

мехового производства. // Сб. тез. докл. участ. форума «Наука будущего – наука молодых», Н.Новгород, 2017, Т.2.- С.65-66.

12. Модное расследование: все о рынке одежды для людей с инвалидностью Интернет-ресурс Милосердие.RU. URL.: https://www.miloserdie.ru/article/modnoe-rassledovanie-vse-o-rynke-odezhdy-dlya-lyudej-s-invalidnostyu/ (дата обращения 12.11.2017).

13. Мода для инвалидов шагнет в жизнь. Интернет-ресурс MKRU. URL.: http://www.mk.ru/social/2015/10/25/moda-dlya-invalidov-shagnyot-s-podiuma-v-zhizn.html (дата обращения 20.03.2016)

14. Гусева М.А., Андреева Е.Г., Петросова И.А., Клочкова О.В. Инновационные реабилитационные швейные изделия с деталями из натурального меха // В сборн. науч. статей: «Изделия легкой промышленности как средства повышения качества жизни лиц с ограниченными возможностями по здоровью: практические решения». - М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2017. - С.20-24.

15. Гусев И.Д., Гусева М.А., Андреева Е.Г. Реабилитационные швейные меховые изделия для регуляции непроизвольных фоновых движений ног у малоподвижных граждан // В сборн. "Инновационное развитие легкой и текстильной промышленности (ИНТЕКС-2017)", Ч.1. - М.: РГУ им. А.Н.Косыгина, 2017. - С.151-154.

16. Гусева М.А., Андреева Е.Г., Клочкова О.В., Гусев И.Д. Мешок для ног для людей с ограниченными двигательными возможностями // Патент на полезную модель №166649 RU; опубл. 10.12.2016.

17. Гусева М.А., Андреева Е.Г., Петросова И.А., Клочкова О.В., Гусев И.Д. Мешок для ног с меховой подкладкой для людей с ограниченными двигательными возможностями // Патент на полезную модель № 172655 RU; опубл. 18.07.2017.

18. Гусев И.Д., Лобжанидзе С.К. Разработка ассортиментного ряда реабилитационных изделий для позиционирования ног у инвалидов-колясочников // В Сборнике «Теория и практика современной науки». Материалы Международной научно-практической конференции 19 октября 2017 года (г. Минск, Белоруссия) – НИЦ «Мир науки», 2017. С. 55-61.

19. Белая трость. Интернет-ресурс URL.: http://extrability.org/home/materials/multimobility-in-employment/ten-rules/ (дата обращения 12.112017)

20. Гусев И.Д., Лобжанидзе С.К. Разработка конкурентоспособных эргономичных реабилитационных изделий для фиксации положения ног у инвалидов-колясочников // Международный студенческий научный

вестник. – 2017. – № 5. URL: http://eduherald.ru/ru/article/view?id=17750 (дата обращения: 10.11.2017).

©Гусев И.Д., Лобжанидзе С.К., Пухир В.М., 2017

УДК 338.7

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ «КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА БАНКА»

Зернова Л.Е., Политыко М.Д.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В настоящее время у большинства коммерческих банков существует проблема, которая связана с формированием кредитной политики. Определение сущности кредитной политики коммерческого банка является важнейшим индикатором кредитной деятельности [1, с. 92].

Как известно, кредитование представляет собой один из важнейших видов операций деятельности коммерческого банка. Выдача кредитов определяется как доходная операция банка, которая формирует большую часть банковских ресурсов, а часто и доходов. Поэтому в условиях неопределенности кредитного рынка данная операция является рискованной, и поэтому следует обратить особое внимание на сокращение риска невозврата выданных ссуд [2, с. 60].

Перед началом процесса кредитования очень важно определить цель и инструменты кредитной политики, а также механизм ее последующего внедрения в банковскую практику. Ввиду этого перед кредитной организацией встает вопрос о грамотной и четко сформулированной эффективной кредитной политике.

В современной экономической литературе не сложилось комплексного, общепризнанного определения термина «кредитная политика коммерческого банка», которое отвечало бы всем требованиям современного состояния банковской деятельности, в том числе и кредитной деятельности.

Например, Е.П. Жарковская определяет кредитную политику коммерческого банка как комплекс его мероприятий, цель которых – повышение доходности кредитных операций и снижение кредитного риска [3, с. 101].

Банк, правильно сформулировав свою кредитную политику, может эффективно осуществлять и регулировать взаимоотношения с клиентами

по вопросам, связанных с предоставлением ссуд и дальнейшим возвратом основной суммы с начисленными процентами согласно договору.

Так, в своей работе О.Г. Костяшкина трактует кредитную политику как предпринимательскую философию банка, которая характеризуется пониманием им собственной миссии, интересов клиентов, потребностей общества и собственных целей [3, с. 102].

В контексте этого подхода кредитная политика коммерческого банка – это совокупность его кредитной стратегии и тактики. При этом в стратегии разрабатываются основные принципы, приоритеты и цели банка на кредитном рынке, а тактика должна формировать конкретные финансовые инструменты, которые используются банком для достижения своих целей.

В силу этого выделяют такие элементы кредитной политики, как стратегия банка по разработке основных направлений кредитного процесса; тактика банка по организации кредитования, контроль за реализацией кредитной политики.

Так, в своей работе М.М. Новосельцева под кредитной политикой коммерческого банка понимает совокупность мероприятий, которые направлены на осуществление кредитных операций, повышение их доходности и минимизацию кредитного риска [3, с. 103].

Не стоит оставлять без внимания и тот факт, что кредитная политика используется как часть управления деятельности коммерческого банка.

Вот почему, по мнению А.Н. Архипова, кредитная политика банка – это стратегия и тактика банка в области кредитных операций [3, с. 104].

Также стоит обратить внимание на то, что определение задач, целей кредитования, принципов и организации кредитного процесса, стандартов, процедур, над которыми работают банковские сотрудники в конкретной области кредитования клиентов, закреплено в кредитной политике коммерческого банка.

Например, ведущий российский экономист О.И. Лаврушин считает, что кредитная политика – это деятельность, регулирующая стратегические отношения между кредитором и заемщиком, направленная на реализацию свойств кредита и его роли в экономике [3, с. 105].

Таким образом, кредитная политика – это, прежде всего, стратегия в области кредитования, определяющая общие принципы, правила, подходы и стандарты для всех участников кредитного процесса, что связано с общей стратегией банка и направлено на достижение его стратегических целей.

Свою трактовку данного понятия дает Горелая Н.В., которая заключается в том, что кредитная политика банка представляет собой четко сформулированные цели, приоритеты и принципы работы банка на кредитном рынке. Также к данному понятию относится система мероприятий, проводимых для создания условий эффективного размещения финансовых средств и обеспечения максимальных доходов от кредитных сделок.

Согласно Т.М. Костериной кредитная политика банков – это способ обеспечения снижения кредитных рисков за счет установления основных и приоритетных направлений деятельности в сфере кредитно-инвестиционных операций. Являясь неотъемлемой частью банковского менеджмента, кредитная политика позволяет обеспечить надежность и прибыльность кредитного портфеля.

Общим у авторов в понимании кредитной политики является то, что кредитная политика – это, прежде всего, стратегия в области кредитования, определяющая общие принципы, процедуры и стандарты для всех участников кредитного процесса.

Резюмируя вышесказанное и подводя итог рассмотренным выше мнениям специалистов, можно уточнить определение кредитной политики. Кредитная политика – это совокупность принципов банка в области кредитования для достижения определенных финансовых результатов и минимизации рисков банка, включающая механизм взаимодействия стратегии и тактики в области кредитных операций. Кредитная политика заключается в определении областей развития и совершенствования банковской деятельности.

Список использованных источников:

1. Зернова Л.Е. Основные подходы к исследованию кредитного поведения. Сборник научных трудов к 15-летию кафедры аудита и контроллинга МГУДТ «Актуальные проблемы и тенденции развития экономики организаций в России», 2016, с. 90-94

2. Зернова Л.Е., Талибов И. Теоретические аспекты формирования кредитной политики коммерческого банка. Сборник статей Международной научно-практической конференции: ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАУКИ, ч.1, г. Курган,. 2016г.,. С. 59-61

3. Банковская система в современной экономике: учебное пособие / под ред. О. И. Лаврушина. - 2-е изд. стереотип. - М. : КНОРУС, 2016. - 360 с.

©Зернова Л.Е., Политыко М.Д., 2017

УДК 338.24

КРИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР СУЩЕСТВУЮЩИХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ПАРТНЕРСТВА С ПОСТАВЩИКАМИ

Рыжик А.В., Иващенко Н.С.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Мир постоянно меняется, возникают все новые и новые компании, и в этом случае важно оставаться на плаву, что-то противопоставлять конкурентам. В настоящее время многие организации уделяют особое внимание тщательному выбору поставщика и предъявляют к ним все более высокие требования.

Задача выбора поставщика является одной и наиболее важных проблем компании. Некоторые менеджеры или руководители недооценивают значение выбора правильного поставщика для эффективного функционирования организации. Собственный успех компании в обеспечении потребителей качественными товарами или услугами зачастую зависит от того, насколько поставщики выполняют свою работу. Основой для создания эффективного долгосрочного и надежного партнерства компании с поставщиками должен стать организационно-экономический механизм их взаимодействия, научно и практически адаптированный к современной экономической реальности [1].

Чтобы выбрать поставщика можно использовать множество методов, например, метод экспертных оценок, метод оценки затрат и ABC – анализ.

Метод экспертных оценок.

Метод является одним из наиболее часто используемых. Его суть состоит в том, чтобы получить оценку проблемы на основе выяснения мнений специалистов с целью последующего принятия решения или выбора. В таблице 1 рассмотрены позиции некоторых авторов на определение сущности метода экспертных оценок, его достоинств и недостатков.

Таблица 1 – Достоинства и недостатки метода экспертных оценок

Автор, источник	Сущность	Достоинства	Недостатки
Сайт «Стратегическое планирование и стратегическое управление» [4]	Это сбор и анализ информации на основе математико-статистических и логических методов и приемов с целью получения необходимой информации для подготовки и выбора рациональных решений.	1. Достаточно просто организовать 2. Возможность использования статистической обработки 3. Возможность анализа обширных групп	1. Недостаточная полнота ответов 2. Фактор субъективной оценки 3. Существует вероятность, что вопросы могут быть поняты неправильно
Учебные материалы для студентов [6]	Метод используется для прогнозирования будущих событий, если отсутствуют статистические данные или их недостаточно.	1. Объединение интуиции и опыта для получения нового знания 2. В случаях, когда показатель имеет качественные свойства или недостает статистических данных существует возможность получить количественную оценку 3. Быстрое получение результатов	1. От компетентности эксперта зависит надежность и достоверность результатов анализа 2. Метод субъективен 3. Трудоемкость процедуры сбора информации 4. Для проведения опроса требуются высоко квалифицированные специалисты

Как видно из таблицы, основными достоинствами метода являются его простота, возможность анализа больших групп и быстрое получение результатов, а главным недостатком – субъективный фактор.

Метод оценки затрат.

Согласно этому методу исследуемый процесс снабжения подразделяют на несколько возможных вариантов по поставщикам, для каждого их которых рассчитывают доходы и расходы с учетом потенциальных рисков, по критерию прибыльности выбирают наиболее выгодный вариант. В таблице 2 рассмотрены позиции некоторых авторов

на определение сущности метода оценки затрат, его достоинств и недостатков.

Таблица 2 – Достоинства и недостатки метода оценки затрат

Автор, источник	Сущность	Достоинства	Недостатки
Юридическая компания ЗИНТЕР [5]	Сравнение предполагаемых доходов и расходов, выбирается наиболее прибыльный вариант.	1. Выбор наиболее прибыльного варианта	1. Необходимость анализа большого количество информации 2. Большие временные затраты
Малинина О.Н. [2]	Процесс снабжения делится на составляющие и возможные варианты, после чего проводится оценка расходов и доходов, затем выбирается наиболее выигрышный вариант	1. Учет всевозможных затрат 2. Простота использования	1. Анализ поставщика только с позиции категории затрат 2. Невозможность комплексной оценки поставщиков

По существу, метод позволяет определить «стоимость» выбора поставщика, но из-за необходимости оценки большого объема информации является весьма трудоемким.

ABC-анализ.

У современных компаний большое количество поставщиков, причем с некоторыми из них компания работает постоянно, а с некоторыми время от времени, именно этим обуславливается необходимость этого анализа.

Принципы проведения ABC-анализа поставщиков аналогичны ABC-анализу ассортимента и товарных запасов. Показателем для отнесения к группам A, B и C является доля поступления товаров от отдельных поставщиков в общем объеме поступления по товарной группе, направлению или организации в целом. Анализ позволяет выявить объекты, требующие первоочередного внимания. В таблице 3 рассмотрены позиции некоторых авторов на определение сущности ABC – анализа, его достоинств и недостатков.

Таблица 3 – Достоинства и недостатки ABC-анализа

Автор, источник	Сущность	Достоинства	Недостатки
Р.П. Валевич, Г.А. Давыдова [3]	Позволяет сгруппировать ресурсы фирмы по степени их важности	1. Рационализация управления процессом − дает возможность оценить важность товаров и оптимизировать усилия 2. Быстрое получение результатов и принятие управленческих решений за короткое время 3. При регулярном проведении и сравнении с предыдущими периодами возможно отследить стадии жизненного цикла товаров.	1. Необходимость учитывать дополнительные факторы 2. Необходимость большого объема данных для анализа 3. Важна стабильность на рынке, иначе данные ABC-анализа могут быть неточны.
Голубков Е.П. [1]	Это анализ путем деления на три категории, которые отличаются по своей значимости и вкладу в оборот или прибыль предприятия	1. Возможность просто и наглядно изучить большое количество экономических данных. 2. Рационализация деятельности 3. Быстрая и эффективная оценка состояния дел на складе, рациональное решение вопросов управления запасами. 4. При регулярном сравнении текущего и предыдущего результатов можно увидеть, как изменилась ситуация и при необходимости принять меры.	1. Трудности в случае быстро меняющейся ситуации 2. Анализ не имеет смысла для предприятий, работающих под заказ, когда нет потребности в прогнозировании.

Таким образом, ABC-анализ обладает большими преимуществами, которые выражаются в простоте, универсальности и легкой реализации. Недостатком же является необходимость учитывать дополнительные факторы и зависимость от стабильности ситуации на рынке.

Как видно из таблиц у каждого из методов существуют достоинства и недостатки, поэтому при отборе поставщиков не стоит ограничиваться одним методом, необходимо использовать несколько различных, провести анализ и сопоставить результаты. Это даст более полную и достоверную картину положения вещей и позволит совершить более обоснованный, обдуманный выбор.

Список использованных источников:

1. Рыжик А.В., Иващенко Н.С. Современные тенденции во взаимоотношениях производителей с поставщиками/ в сб.: Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития: сборник материалов Международной научной конференции молодых исследователей. 2017. – С.215-218.

2. Голубков Е.П., ABC- и XYZ-анализ: проведение и оценка результативности. [Электронный ресурс]. URL: https://dis.ru/library/531/27354/ (дата обращения: 15.11.17).

3. Малинина, О. Н. Методы выбора поставщиков материально-технических ресурсов промышленного предприятия. [Электронный ресурс]. URL: http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2014/directions.html (дата обращения: 13.11.17).

4. Р.П. Валевич, Г.А. Давыдова. Экономика торговой организации. – Минск: Вышэйшая школа, 2008

5. Сайт "Стратегическое планирование и стратегическое управление». [Электронный ресурс]. URL: http://strategplann.ru/issledovanie-rynka/metody-ekspertnyh-otsenok.html (дата обращения: 14.11.17).

6. Сайт юридической компании ЗИНТЕР. [Электронный ресурс]. URL: http://www.virtualvis.com/metod-vyibora-postavschika.html (дата обращения: 13.11.17).

7. Учебные материалы для студентов. [Электронный ресурс]. URL: https://studfiles.net/preview/1669809/ (дата обращения: 14.11.17).

©Рыжик А.В., Иващенко Н.С., 2017

УДК 61

ОБЗОР ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РОССИЙСКОМ ЗДРАВООХРАНЕНИИ

Фролова О.Н.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Многие инновационные проекты без преувеличения можно причислить к технологиям будущего. В нынешнее время трансплантация человеческих органов, стволовых клеток, искусственное оплодотворение и даже клонирование не удивляют человечество. Люди перестали бояться некоторых раннее неизлечимых болезней. Ежегодно ученые делают удивительные открытия, разрабатывают новейшие технологии диагностики и лечения, и с каждым днем медицина поднимается на новый уровень.

Для начала нужно определить, что же означает инновация.

Инновация (нововведение) – результат творческой деятельности, направленной на разработку, создание и распространение новых видов изделий, технологий, внедрение новых организационных форм и т.д. [1].

Инновация – это результат инвестирования в разработку получения нового знания, инновационной идеи по обновлению сфер жизни людей (технологии; изделия; организационные формы существования социума, такие как образование, управление, организации труда, обслуживание, наука и т.д.) и последующий процесс внедрения (производства) этого, с фиксированным получением дополнительной ценности [2].

Сегодня новые инновационные технологии в медицине помогают вернуть здоровье тысячам людей, и перечислить все эти технологии и разработки не представляется возможным. Особый интерес вызывают новые технологии в онкологии, фармацевтике, офтальмологии.

Под инновациями в медицине обычно понимаются оригинальные технологии производства или применения лекарственного, или диагностического препарата, прибора или метода с высоким уровнем конкурентоспособности по отношению к тем, которые уже существуют.

В нашей стране в первую очередь необходимо инвестировать инновации в медицину. Ведь обеспеченность России лекарственными препаратами более чем в 8 раз меньше, чем США, а уровень государственных расходов на здравоохранение один из самых низких, что,

несомненно, сказывается на продолжительности жизни населения и уровне смертности.

Благодаря инновациям в медицине, здравоохранение вышло на более высокий уровень, увеличивается продолжительность и качество человеческой жизни, растет динамика оказания высокотехнологичной медицинской помощи не только за рубежом, но и в России.

Виды инноваций в области здравоохранения:

фармацевтические инновации. Предполагают разработку новых лекарственных средств;

технологические инновации, связанные с появлением новых методов профилактики и лечения заболеваний на базе имеющихся препаратов или новых комбинаций их применения;

организационные инновации, предполагают совершенствование организации труда персонала и эффективности работы управления;

экономические инновации, связаны с внедрением новых методов планирования и финансирования деятельности медицинских учреждений;

информационно-технологические инновации, направлены на автоматизацию информационных потоков в отрасли.

Инновационные разработки в медицине.

Теледоктор. Сервис «Теледоктор» представляет собой телефонную клинику, которая исполняет роль посредника между пациентами и врачами в клиниках реальных. Кроме того, в штате «Теледоктора» состоят свои специалисты, которые консультируют и ведут электронные медицинские карты больных. С финансовой точки зрения сервис вполне доступен: единичное обращение стоит от 180 рублей, годовой абонемент – от тысячи. Основным же преимуществом платформы является все-таки принцип удаленной работы, на котором он построен. Задумка в том, что отныне пациентам не требуется тратить время и силы на ожидания в очередях: с помощью телефонного звонка можно получить доступ к нужному специалисту. Российский Forbes признал проект лучшим стартапом страны в 2014 году.

Oriense. Компания Oriense разрабатывает высокотехнологичные устройства помощи слабовидящим: прибор крепится на груди слепого или слабовидящего человека, анализирует окружающую обстановку и с помощью речевого синтезатора сообщает о препятствиях и путях их обхода. Стереокамера устройства помогает ориентироваться в светлое время дня или в освещенных помещениях, а также в темноте благодаря инфракрасному датчику. Проект развивается с 2006 года в Петербурге. С

момента основания компания стала резидентом «Сколково», а в марте этого года заняла 3-е место на мировом финале конкурса StartUp Cup.

Мой ген. «Мой ген» – российский сервис по анализу ДНК человека. Компания занимается определением и анализом состава генетической цепочки человека с целью получения самой разнообразной информации об организме: от наследственной склонности к тем или иным заболеваниям до этнической принадлежности его далеких предков. Все, что нужно, – оплатить заказ и сдать слюну прибывшему по вызову курьеру, по ней специалист проведет анализ вашего генома, учтя эпидемиологические данные по территориям Российской Федерации. Проект был создан при содействии ученых РАН и молодых бизнесменов. Идея пришла в Россию из западных стран, где подобный сервис появился три года назад.

Кнопка жизни. Проект, призванный помочь пожилым людям, инвалидам при несчастном случае, ухудшении самочувствия или падении, вызванного им. По статистике, 30% пожилых людей старше 65 падают один раз в год или чаще. В половине случаев они не могут подняться и получить помощь самостоятельно, если рядом никого не окажется. Само устройство представляет собой мобильный телефон с единственной кнопкой, настроенной на вызов экстренной помощи. Туда также встроен GPS-трекер, благодаря которому диспетчер автоматически видит местонахождение человека. «Кнопка жизни» работает круглосуточно. После определения причины вызова дежурный врач связывается с необходимой службой помощи: скорой, полицией или МЧС, и оповещает родственников или попечителей. Проект «Кнопка жизни» стал лучшим социально значимым стартапом в 2011 году по версии нескольких рейтингов, а также прошел в финал конкурса стартапов от Forbes.

Таблетка от старости. Новосибирская компания «Саентифик Фьючер Менеджмент» и томский НИИ фармакологии разработали новый препарат G5, возвращающий организму способность само восстанавливаться. Средство обладает способностью увеличивать выброс стволовых клеток, которые отвечают за восстановление тканей и органов. Препарат изначально создавался для применения вместе с веществами, регулирующими иммунные реакции, чтобы уменьшить их дозировки при лечении. Но оказалось, что действие лекарства намного шире. Сибирские ученые, определив, что препарат безопасен и эффективен, стали применять его на себе. Заболевание одного из них вылечить медицина не могла. Тяжелые спаечные процессы полностью исчезли благодаря новому лекарству. Испытание препарата на животных показало его высокую эффективность при лечении трудноизлечимого заболевания –

токсического цирроза печени. После его введения у мышей полностью восстановились клетки печени. «Новый препарат имеет более широкое действие, но для регистрации лекарства выбирается что-то одно, если будет заявлено 10 показаний, то испытания потом придется проводить лет сто», – объясняет директор компании Андрей Бекарев. Поэтому G5 будет заявлен как лекарство от цирроза печени.

Был проведен эксперимент, результаты которого стали сенсацией, а СМИ назвали G5 «таблеткой от старости».

Из мышей 12-месячного возраста создали две группы. Одной из них капали новый препарат. С 18 месяцев между двумя группами возникла большая разница. Более 30% мышей из группы, которой не давали препарат, умерли от старости. Все мыши имели признаки старения: артроз лапок, облысение, изменение биохимии крови, снижение веса. В группе, где препарат вводили регулярно, отсутствовали признаки старения. Эксперимент закончили, когда мыши достигли возраста 21 месяц.

В результате проведения испытаний на мышах препарат показал также восстановление репродуктивных функций. G5 планируется в дальнейшем исследовать как лекарство и в этой области.

Несмотря на сенсационные результаты, Андрей Бекарев говорит, что не собирается выпускать препарат как «таблетку от старости», иначе срок испытаний может увеличиться до 100 лет.

Хотелось бы отметить, что инновационная деятельность набирает всё новые и новые обороты, и медицина тому не исключение. Главная цель внедрения инноваций заключается в рационализации и преобразовании природных ресурсов с целью удовлетворения потребностей населения.

Список использованных источников:

1. Научно-технический прогресс: Словарь/Сост. В.Г. Горохов, В.Ф. Халипов, -Политиздат.-1987, -С.80

2. О-42 Одинцов А.А. Инновационная предпринимательская деятельность. М.:РИО МГУДТ. -2012. – 211с.

©Фролова О.Н., 2017

УДК 332

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ВАЖНЕЙШИХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЗНАЧЕНИЯ

Анисимова Е.В., Хоменко С.К.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном мире наукоемкие технологии – определяющий фактор экономического развития, источник пополнения бюджетных средств государств, основа обеспечения национальной безопасности. Производство высокотехнологической конкурентоспособной продукции становится одним из основных условий успешной интеграции страны в складывающуюся систему международных отношений и освоения мировых рынков. Это крайне выгодный бизнес и важнейший фактор для развития рынка труда.

Учитывая эти обстоятельства, следует отметить, что жизненной необходимостью для России становится успешное овладение и эффективное использование современных технологий и инновационных разработок.

Инструментом реализации этих направлений являются осуществляемые Федеральными целевыми программами «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России» и «Национальная технологическая база». Начиная с 2005 г. осуществляется бюджетное финансирование важнейших инновационных проектов государственного значения [1, с. 1].

Важнейшие инновационные проекты – это инструмент отношений нового типа между наукой, государством и бизнесом: государственно-частное партнерство. Такого рода проекты представляют собой комплекс взаимоувязанных по ресурсам, исполнителям и срокам мероприятий, направленный на получение экономического эффекта, имеющего значение как для экономики в целом, так и для ее секторов, а также на решение наиболее актуальных задач в социальной сфере.

ФЦП установлено, что продолжительность реализации проекта составляет не более 4 лет, а исполнители проекта обязаны обеспечить 5-кратное превышение объемов продаж созданной новой и усовершенствованной конкурентоспособной продукции относительно затраченных на проект бюджетных средств, предоставленных им по

государственному контракту. Проекты предусматривают концентрацию финансовых ресурсов в отношении ограниченного числа приоритетных проектов, которые формируются на условиях партнерства государства с бизнес-сообществом и предусматривают распределение между ними рисков по реализации проектов. В рамках каждого проекта предусматривается реализация цикла работ от создания перспективного инновационного продукта, имеющего значительный потенциал для коммерциализации, до освоения промышленного производства новой и усовершенствованной высокотехнологической продукции и начала ее успешной реализации на рынке.

Немаловажным моментом в процессе реализации ВИП является ответственность его головного исполнителя перед государством за выполнение взятых обязательств, связанных с масштабами объема продаж продукции по проекту. Несмотря на наличие в каждом государственном контракте статьи о применении к головному исполнителю ВИП соразмерных штрафных санкций за нарушение взятых им коммерческих обязательств, эта норма не соблюдается, так как ни Бюджетный Кодекс Российской Федерации, ни соответствующие нормативно-правовые акты Минфина России такого вида поступлений в доходную часть федерального бюджета не предусматривают. В связи с этим добиться на практике судебного исполнения решения о взыскании штрафных санкций с правонарушителя не представляется возможным в настоящее время.

Реализация механизма государственно-частного партнерства должна способствовать концентрации средств федерального бюджета и внебюджетных источников на финансировании как научных исследований и опытно-конструкторских разработок, так и на освоении их результатов в промышленном производстве для решения научно-практических задач в соответствии с избранными стратегическими национальными приоритетами.

В качестве оценочных характеристик выполнения важнейших инновационных проектов государственного значения предусмотрены 6 индикаторов. В их перечень входят:

число внедренных в экономику передовых технологий;

число патентов (в том числе международных) на результаты интеллектуальной деятельности, полученные в рамках выполнения проектов;

число публикаций, содержащих результаты интеллектуальной деятельности, полученные в рамках выполнения проектов;

объем новой и усовершенствованной высокотехнологичной продукции, произведенной в результате реализации проектов;

объем экспорта новой и усовершенствованной высокотехнологической продукции, произведенной в результате реализации проектов;

число новых рабочих мест, созданных в рамках реализации проектов, для высококвалифицированных работников [2, с. 4].

По оценке, потребность в расходах федерального бюджета на ключевые проекты для повышения качества экономического и социального развития за 2013-2020 годы оценивается в размере 6,4 трлн. рублей, что составляет 4% от расходов федерального бюджета. Расходы на проекты в области развития высокотехнологичных производств за 2013-2020 годы составляют 145 млрд. рублей. Проекты в области науки оцениваются в 789 млрд. рублей (12,4% от расходов на приоритетные проекты). Развитие инфраструктуры исследований предполагается за счет поддержки инновационных кластеров и вузов. Основная часть прикладных научных исследований реализуется через ФЦП «Исследования и разработки по приоритетным направлениям научно-технологического комплекса России» и «Научно-педагогические кадры инновационной России» и их продолжение в 2014-2020 годах.

В проекте стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года предлагается финансирование государственных инновационных программ и проектов осуществлять на многоканальной основе при ведущей роли бюджетных ассигнований в стартовый период освоения базисных инноваций и преобладании внебюджетных инвестиций в период их распространения. Инновации в нерыночном секторе (оборона, управление, фундаментальная наука, культура, образование, здравоохранение, крупные экологические проекты государственного значения) осуществляются за счет бюджета развития, ассигнований на целевые инновационные программы и важнейшие инновационные проекты, специально созданных федерального и региональных инновационных фондов и других внебюджетных источников. Для привлечения частных инвестиций формируется высокотехнологичная биржа либо аналогичное подразделение Московской межбанковской валютной биржи. Осуществляется стимулирование привлечения иностранных инвестиций к проектам, реализующим стратегические инновационные приоритеты.

В целях эффективной реализации Стратегии инновационного развития РФ на период до 2020 г. реорганизуется система стратегического управления в сфере инновационного развития.

Планируется установление четкой иерархии документов стратегического планирования, определяющих государственную политику в сфере науки и инноваций. Стратегия является документом, развивающим соответствующие положения Концепции наряду с бюджетной стратегией и такими стратегическими документами, носящими системный характер, как Энергетическая стратегия России на период до 2030 года и Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года.

Стратегия детализирует положения Концепции в части инновационной политики. Концепция, Стратегия и иные документы, принимаемые в целях их реализации, будут уточняться (в том числе с учетом результатов регулярно обновляемого научно-технологического прогноза). В рамках этих документов, включая бюджетную стратегию, определяются ориентиры финансового обеспечения сферы науки и инноваций.

С учетом Концепции и Стратегии разрабатываются такие государственные программы Российской Федерации, как «Развитие образования», «Развитие науки и технологий», «Экономическое развитие и инновационная экономика», «Информационное общество (2011-2020 годы)», а также иные государственные программы, направленные на развитие высокотехнологичных секторов экономики (авиация, космос, атомный энергопромышленный комплекс). В рамках указанных государственных программ будут детализованы механизмы реализации Стратегии и определены конкретные меры, источники и объемы финансирования. При этом посредством государственных программ общая инновационная политика будет связана с решением задач инновационного развития в различных секторах экономики и социальной сферы, в том числе в здравоохранении, культуре и энергетике. Такие программы будут также определять основные направления и меры инновационного развития в соответствующей сфере [3].

Безусловно, только за счет использования механизма государственно-частного партнерства нельзя решить весь сложный комплекс проблем, связанный с переводом экономики государства на инновационный путь развития. ВИП являются лишь одним из элементов инновационной политики, который наиболее чутко должен реагировать на восприимчивость промышленных структур к внедрению научно-технических нововведений.

Список использованных источников:

1. Балашов Е.Б. «Важнейшие инновационные проекты государственного значения как пример успешного механизма реализации инновационной политики Российской Федерации», 2013г.;
2. Иванова О. В., Воронкина Л. В. «Важнейшие инновационные проекты государственного значения как элемент национальной инновационной системы», 2011г.;
3. Распоряжение Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 2227-р О Стратегии инновационного развития РФ на период до 2020 г. URL: http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70006124/#ixzz4yJz2YRSu (Дата обращения 10.11.2017г.)

©Анисимова Е.В., Хоменко С.К., 2017

УДК 332.1

ИННОВАЦИОННЫЕ ЦЕНТРЫ В РОССИИ. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Журавлева Ю.В.

Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского

Целью данного исследования является изучение перспектив развития инновационной инфраструктуры России. Конкурентоспособность в современной экономике все чаще характеризуется возможностями ведения инновационной деятельности как наиболее сложной и развитой формы ведения бизнеса. Выявлены пять основных факторов, по которым Российская Федерация отстает от поставленных целей. В статье анализируется степень развития инновационной инфраструктуры России по моделям инновационных центров. Расширение инновационной экономики является стратегической задачей для России, так как позволит стране перейти на инновационный путь становления, создавать новые высокотехнологичные рабочие места и реализовать принципы устойчивого развития.

Основоположником теории инновации признан Й. Шумпетер экономист из Австрии. В его представлении инновация есть средство получения прибыли коммерсантом, он сформулировал пять основных признаков инноваций [3, с. 94-97]:

1. результат применения инноваций это выпуск продукции с принципиально новыми свойствами;
2. разработка и внедрение новой технологии производства;

3. открытие и освоение новых сбытовых рынков;

4. появление и использование в производстве нового источника сырья;

5. проведение реорганизации и модернизации производства.

По Й. Шумпетеру инновациями является любое изменение, являющееся следствием внедрения новых или модернизированных технологий производства, организации производства, снабжения, сбыта продукции.

В международной практике инновациями принято считать окончательный результат инновационной деятельности, представленный в виде нового продукта или модернизированного технологического процесса для осуществления производства [2, с. 68-70].

Сегодня выделяют несколько моделей инновационных центров [4, с. 281]:

1) инновационно-территориальный кластер

Обычно они представляют собой скопление компаний, которые исторически расположены близко, на небольшой площади, такой центр невозможно создать искусственно, он является локомотивом развития территории, на которой расположен. В качестве примера можно привести центры: Кремниевая долина (Silicon Valley) или Исследовательский Треугольник (Research Triangle Park) в США, появились такие центры в 1970-е годы. В России, например, инновационно-территориальный кластер Зеленоград.

2) наукоград

Это загородная форма инновационного кластера, известна в 1940-х годов, часто это город-спутник, который расположен, обособлено и не является движущей силой развития территории вблизи. Для наукограда характерно наличие высокого научно-технического потенциала, часто образуется при наличии градообразующего научно-технического комплекса. Такие центры реализованы в городах Дубна, Обнинск, Королев, позже в России по этому принципу построены наукограды «Сколково», «Иннополис Казань».

3) технопарк

Технопарк обычно расположен на внутригородской территории, существуют с 1940-х годов. Чаще всего расположены на территории университетов и подразумевают высокую концентрацию специалистов общего профиля, включают в себя научно-исследовательские институты, выставочные площадки, деловые центры и др. Примерами таких центров являются технопарк Новосибирского Академгородка, технопарк Kulim Hi-

Tech Park в Малайзии, технопарки Biopolis и Fusionopolis в Сингапуре и др.

4) инновационные кварталы внутри города

Для формирования такого центра необходим якорный институт, вблизи которого открываются инновационные фирмы, используется городская инфраструктура: бизнес-центры, сфера услуг, городское жилье. Появились инновационные кварталы в 2000-е года, по этому принципу построен технополис Москва.

Объединение инновационных кварталов в сети дает возможность создать единую инновационную сферу города, так называемый «умный город», появились в 2010-х годах.

Для нашей страны характерна инертность мышления и опасения инвестировать в не гарантированно выгодные проекты. Тем не менее, руководство страны осознает важность модернизации промышленности, экономики и многих других отраслей хозяйства. Очагами таких изменений могут стать именно инновационные центры, вокруг которых будут формироваться необходимые производства [1, с. 35-37].

В целом сегодня страна находится на очень низкой ступени инновационного развития.

Среди базовых факторов инновационного развития страна имеет положительных результат только от фактора человеческий капитал. В последние годы на фоне сложной экономической ситуации в России финансирование инноваций существенно ухудшилось, это особенно заметно, поскольку многие объекты всесторонне зависят от поддержки государства. На фоне снижения эффективности экономики было выявлено, что часто объем государственной поддержки инноваций не соответствует экономическому эффекту от их реализации. С реализаций проектов некоторых инновационных центров связано много финансовых скандалов. К сожалению, в отношении таких проектов не установлено четких критериев оценки эффективности их работы. Поэтому общественная оценка их деятельности затруднительна.

Инновационное развитие в России строится в соответствии со «Стратегией инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» (СИР-2020), которая была утверждена Правительством в 2011 году [5].

По итогам 2016 года был представлен Национальный доклад об инновациях в России 2016. Выявлены пять основных факторов, по которым Российская Федерация отстает от поставленных целей:

1) низкий уровень возврата инвестиций, вложенных в научно-исследовательские и опытно-конструкционные работы;

2) фундаментальные уровни Национальной Инновационной системы демонстрируют слабость своих позиций;

3) бизнес не рассматривает инновационные технологии как фактор повышения конкурентоспособности предприятий;

4) талантливые специалисты продолжают уезжать из страны, происходит так называемая «утечка мозгов»;

5) существующие проекты венчурного бизнеса не могут применить себя внутри страны, и вынуждены покидать ее пределы.

Стратегия разработанная несколько лет назад в настоящее время нуждается в корректировке и актуализации, поскольку к 2017 году существенно изменилась политическая и экономическая ситуация в России. Потому необходимо изменить состав показателей СИР-2020, их целевые значения, уровни фокусировки на зонах ответственности. Вполне разумно предполагать, что вместе со Стратегией научно-технического развития России до 2035 года в скором времени появится и обновленная программа СИР-2020.

Развитие инновационной деятельности в России идет своим путем, правительство пытается ориентироваться на успешный опыт зарубежных стран, реализует централизованные государственные проекты. В частности, создано несколько инновационных центров, которые уже функционируют, и показывают результаты. Я думаю, что при должном финансировании и контроле эти проекты через несколько лет дадут заметный экономический результат, и все вложения будут оправданы.

Список использованных источников:

1. Гультяев, В. Е. Проблемы инновационного менеджмента Ярославской области [Текст] В.Е. Гультяев, П.В. Белоконь; Наука и образование в жизни современного общества: сборник научных трудов по материалам Междунар. научно-практической конференции в 12 частях./ 2012. - 35-37с.

2. Гультяев, В. Е. Проблемы управления инновационными проектами [Текст] В.Е. Гультяев; Проблемы и перспективы развития экономических наук в 21 веке материалы 8 Международной научно-практической конференции./ 2012. - 68-70с.

3. Козлов, Д. В. Инновации как ключевой фактор повышения конкурентоспособности предприятий [Текст] Д.В. Козлов; Молодой ученый. /2011. – №9. – С. 94-97.

4. Полетаев, В. Э. Государство и бизнес в России: инновации и перспективы: Монография [Текст] В. Э. Полетаев; - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 281 с.

5. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года // Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.economy.gov.ru

©Журавлева Ю.В., 2017

УДК 334.722, 658.114

РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ ЧЕРЕЗ МАЛЫЕ СОЦИАЛЬНО-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ

Горулева Е.Е.
Ярославский государственный педагогический университет имени К.Д. Ушинского

На данный момент в России существует множество различных социальных, экономических и экологических факторов, тормозящих рост и развитие регионов страны. Такие факторы также часто обозначают, как проблемы региона. Темпы экономического развития регионов России и их благосостояние напрямую зависят от активности предпринимательского сообщества. Одним из инновационных направлений предпринимательской деятельности в нашей стране можно считать социальное предпринимательство. Целью социальных проектов является смягчение или решение острых социальных, экологических и экономических проблем.

Российские социальные предприятия, как правило, являются относительно молодыми. А.А. Московская в своём исследовании [1] отмечает, что российские социальные предприятия, по большей части – это стартапы, относительно молодые и малые формы, которые, в силу существования определенных барьеров роста, не могут значительно расширить масштаб своего функционирования. По мнению Н.С. Поаншваль, существующие в России социально ориентированные организации можно классифицировать по способам организации деятельности на три категории:

коммерческие организации, предоставляющие рабочие места социально незащищенным слоям общества;

коммерческие организации, деятельность которых позволяет решить социальные и экологические проблемы путем применения инновационных идей;

некоммерческие партнерства, общественные организации и благотворительные фонды.

Социальные проекты реализуются во многих российских регионах. Среди решаемых проблем следует выделить:

Проблемы пожилых и одиноких людей, инвалидов и других социально незащищенных категорий населения. Примерами могут служить проект создания пансионат для пожилых людей «Варежкино» [2] в Калининградской области, оказывающего услуги по уходу за пожилыми людьми с тяжёлыми психоневрологическими нарушениями; проект пансионата для пожилых людей «Берёзово» [3] в Кемеровской области; «Домашние половички руками бабушек» [4] из Вологодской области создаёт рабочие места для людей пенсионного возраста и инвалидов в деревне Ботово, решая проблему низких доходов данной категории населения (доходы зачастую не могут покрыть месячные расходы жителей деревни) и их трудоустройства. Попутно решается проблема сохранения традиционного для данного района вида самозанятости и промысла – изготовления предметов домашнего обихода. Московская автономная некоммерческая организация «Катаржина» [5] решает проблемы людей с ограниченными физическими возможностями: на предприятии разрабатываются и производятся спортивные инвалидные коляски, а также коляски активного типа, при этом половина сотрудников предприятия также являются инвалидами.

Проблемы обеспечения качественного детского дошкольного образования. Примерами могут служить Центр развития детей «Школа радости» [6] функционирующий в Свердловской области, в городе Ирбит; межнациональный дошкольный образовательный холдинг «Беби-лайф» [7] из Пермского края; Школа молодых инженеров «Вундеркинд» [8] в Ивановской области представляет из себя предприятие, решающее проблему доступности дошкольного образования, а также выполняет досуговую и образовательную функцию для аудитории детей от 6 до 15 лет (им предлагается изучать азы робототехники и инженерного дела);

Проблемы медицинского и социального обслуживания населения страны. Примером может служить «Медико-психологический центр «Капуста» [9], расположенный в городе Череповец Вологодской области – это медицинское социальное предприятие, которое смягчает онкологическую проблему, осуществляя раннюю диагностику

онкологических заболеваний населения экологически неблагополучного г. Череповец.

Проблемы сохранения объектов культурного наследия и развития внутреннего туризма. Например, Камчатский туристический центр «Росомаха» [10], Камчатский край, способствует развитию внутреннего туризма, обеспечению молодежного туризма и туризма для людей с низким уровнем дохода, в том числе пенсионеров и инвалидов [11]; ООО «Хостел Гуд Лак» [12], который ведет свою деятельность в Ярославской области – это вариант размещения для всех социальных групп населения, с низкими ценами и высоким качеством обслуживания.

Таким образом, реализуя социальную функцию, предприниматели используют незанятую рабочую силу, тем самым, снижая социальную напряженность в обществе. Социальные предприниматели реализуют уникальные бизнес-идеи, которые позволяют не только получать прибыль, но и открывать рабочие места для социально «сложных» групп населения, решать многие социально значимые проблемы и способствуют экономическому развитию российских регионов. Создание социальных предприятий, решающих наиболее острые социальные и экономические проблемы регионов является важным шагом на пути к преодолению ограничений развития соответствующих территорий за счет улучшения общего уровня жизни и, соответственно, привлекательности региона (не только инвестиционной, но и общей привлекательности – в первую очередь, для его жителей).

Список использованных источников:

1. Московская, А.А. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования [Текст] / А. А. Московская – М., Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011. – 288 с.

2. Пансионат Варежкино [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pansion-varezhkino.ru/ru/

3. Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» Открытие проекта пансионат «Березово» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nb-fund.ru/news/otkrytie-proekta-pansionat-berezovo.html

4. Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» Домашние половички руками бабушек [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nb-fund.ru/social-entrepreneurship/supported-projects/domashnie-polovichki-rukami-babushek.html

5. Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» Разработка и производство инвалидных колясок [Электронный ресурс]. –

Режим доступа: http://www.nb-fund.ru/social-entrepreneurship/supported-projects/razrabotka-i-proizvodstvo-invalidnyh-kolyaska.html

6. Вяткина Ю. В Свердловской области готовится к открытию новая «Школа радости» для детей с особыми потребностями / Ю. Вяткина // Агентство социальной информации. – 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.asi.org.ru/news/v-sverdlovskoj-oblasti-gotovitsya-k-otkrytiyu-novaya-shkola-radosti-dlya-detej-s-osobymi-potrebnostyami/

7. Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» Создание Межнационального дошкольного образовательного холдинга «Беби-лайф» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nb-fund.ru/social-entrepreneurship/supported-projects/sozdanie-mezhnatsionalnogo-doshkolnogo-obrazovatelnogo-holdinga-bebi-layf.html

8. Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» Школа молодых инженеров «ВундерКинд» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nb-fund.ru/social-entrepreneurship/supported-projects/shkola-molodyh-inzhenerov-vunderkind.html

9. Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» Ранняя диагностика онкологических заболеваний эндоскопическими методами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nb-fund.ru/social-entrepreneurship/supported-projects/rannyaya-diagnostika-onkologicheskih-zabolevaniy-endoskopicheskimi-metodami.html

10. Камчатский центр молодежного туризма «Росомаха» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.go2kamchatka.com/nasha_komanda

11. Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» Камчатский центр социального туризма «Росомаха» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nb-fund.ru/social-entrepreneurship/supported-projects/kamchatskiy-tsentr-sotsialnogo-turizma-rosomaha.html

12. Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» Сеть хостелов GOOD LUCK [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nb-fund.ru/social-entrepreneurship/supported-projects/set-hostelov-good-luck.html

©Горулева Е.Е., 2017

УДК 656.621/.626

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РЕЧНОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Трубецкая С.Т., Кириллов В.П.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Туризм считается активно развивающейся отраслью отечественной экономики, способствующей повышению занятости населения, развитию инфраструктуры, повышению уровня социального развития и поступлениям в федеральный и региональные бюджеты.

Анализ показывает, что финансовый потенциал туризма в настоящее время далеко не исчерпан. По данным Федерального агентства по туризму ежегодно 11 млн. российских туристов, выезжающих заграницу, вывозят из страны не менее 11 млрд. долларов. Тогда, как Россию посещает не более 1 млн. иностранных туристов (без учета мигрантов из бывших республик СССР), которые ввозят не более 1 млн. долл.

Дисбаланс в размере 10 млрд. долл. частично компенсируется внутренним туризмом, участниками которого ежегодно становятся до 40 млн. жителей страны. Однако, большинство из них осуществляют поездки в родственных или служебных целях, не достаточно поддерживая развитие туристской индустрии и слабо пополняя ее доходы.

Положение осложняется неблагоприятным климатом, некомфортной погодой, ограниченностью морских пляжей, большими расстояниями между объектами туристских посещений, дороговизной и неразвитостью туристской инфраструктуры.

И, тем не менее, Правительство РФ, администрации регионов, комитеты и департаменты по туризму настойчиво проводят политику по изысканию дополнительных возможностей по развитию внутреннего и въездного туризма, расширяя привлекательность имеющихся и развивая дополнительные туристские маршруты, используя массовые спортивные и концертные мероприятия, развивая новые виды путешествий и осмотров. Этому служит Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.)».

Одним из перспективных видов внутреннего и въездного туризма, возможности которого далеко не исчерпаны и которому уделяется недостаточно внимания, является речной туризм. Создание речных транспортных средств для передвижения по воде (от плота до

современных комфортабельных яхт) привело к постепенному формированию рынка услуг, массовому водному туризму, а вместе с тем, совершенствованию законодательных норм, повышению качества туристских услуг и обслуживания, созданию клубов, организаций, обществ, компаний, и туристских фирм. Появилась информационная поддержка туристского речного бизнеса: издание газет, журналов, буклетов, организация выставок, проведение PR-компаний. Все это в конечном итоге способствовало становлению и развитию водного туризма России.

Постепенное улучшение благосостояния населения вызывает стремление людей к познанию отечественной истории, родного края, достижений науки и техники, культуры и разнообразной природы. Все это объективно способствует росту внутреннего и въездного туризма. В том числе, улучшаются и показатели пассажирских речных перевозок. Как показывает статистика, пассажирооборот речного транспорта за последние 10 лет вырос на 18% и только в периоды экономических кризисов в 2008-2010 и в 2014-2016 годы снижал свои показатели.

Территория России имеет развитую систему водных путей и богатые традиции речных пассажирских и грузовых перевозок. В поддержку данных факторов государством были приняты: Государственная программа «Развитие транспортной системы» [4], и стратегия «Развития внутреннего водного транспорта РФ до 2030 года» [5].

Из всех видов пассажирских перевозок речные растут наиболее динамично и туризм во многом способствует этому. Рост числа перевозок во многом обусловлен расширением работ по улучшению внутренних водных путей, проводимых на федеральном и региональном уровнях: по углублению и очистке дна, модернизации портов и причалов и другим мероприятиям. В итоге Россия к 2014 г. восстановила протяженность внутренних водных судоходных путей до уровня 1990 г. – 102 тыс. км. Несмотря на то, что в результате мошеннической приватизации и непродуманных реформ 90-х годов, этот показатель снижался до 83,7 тыс. км [2, с. 221].

В настоящее время, несмотря на спад производства, этот процесс сохранил тенденцию. В частности, за счет ввода в строй современных судов с малой осадкой в 2017 году для судоходства в России используется уже 115 тыс. км. Такая протяженность водных путей значительно больше, чем в других странах мира. Например, в Китае она составляет 110 тыс. км, в Бразилии – 50 тыс. км, и в США – 41 тыс. км и значительно меньше в других странах.

Возможности России по развитию речного транспорта и водного туризма заключаются в наличии 2,5 млн. рек с общей протяженностью 12,5 млн. км, значительная часть которых может стать судоходной. Углубление рек и строительство судоходных каналов, создание единой глубоководной системы и разработка новых водных судов, сделают возможным перевозить внутренним водным транспортом пассажиров и грузы со всех омывающих европейскую и азиатскую часть России морей во все возрастающем масштабе.

XX век доказал, что финансовые и материальные затраты на строительство объектов водного транспорта довольно быстро оправдываются, особенно если при этом решаются комплексные задачи. В частности, к 2001 г. было восстановлено полномасштабное судоходство на р. Оке, улучшены его условия на Северной Двине, Каме, Оби и др. в результате чего было возобновлено водное сообщение, прекращенное в 90-е годы.

Анализ потенциальных возможностей регионов России позволил автору наметить приоритеты развития речного туризма на ближайшие 10 лет.

На первое место можно выдвинуть Сибирский федеральный округ с древними сибирскими реками протяженностью 28 тыс. км по живописным и исторически значимым местам Иркутской и Томской областям, Красноярского края и др.

На втором месте может оказаться Дальневосточный федеральный округ, имеющий потенциальные водные пути протяженностью более 24 тыс. км, из которых почти 17 тыс. км по Республике Саха (Якутия), алмазным и золотым месторождениям.

На третьем месте по нашим предположениям будет Северо-Западный федеральный округ с протяженностью судоходных путей более 17 тыс. км, которые пролегают по историческим центрам и природным красотам Карелии, Коми, Архангельской, Вологодской, Ленинградской и др. областям.

Достойные и перспективные возможности имеют также:

Уральский федеральный округ. Из, более чем 13 тыс. км водных путей почти 12 тыс. км пролегает по Свердловской и Тюменской областям с исторически памятными средствами сплава руды и металла на нужды России в XVII-XVIII веках.

Приволжский федеральный округ – 9,5 тыс. км. Конечно, в первую очередь это Республика Татарстан, Башкортостан, Пермская, Кировская, Нижегородская и все поволжские области.

Центральный и Южный федеральные округа – это около 5,5 и 4,5 тыс. км водных путей, соответственно. Но именно эти округа при сравнительно небольшой протяженности водных путей, являются лидерами по количеству принимаемых ими туристов.

Вместе с тем, обратим внимание на то, что перспективы развития судоходных путей зависят от целого ряда факторов. Во-первых, большинство судоходных гидротехнических сооружений (СГТС), действующих на внутренних путях России, введены в эксплуатацию 50-70 и более лет назад. По сообщениям Росморречфлота степень их изношенности по состоянию на 1 января 2013 г. составила 83,3%.

Во-вторых, для развития речного туризма, помимо водных ресурсов и природных условий, большую роль играет техническая оснащенность и надежность работы речных и озерных портов и пристаней. К сожалению, их количество в результате реформ 90-х годов приобрело тенденцию к сокращению. В 1990 г., в стране насчитывалось 1728 причалов, в 1995 г. – 1378, в 2000 г. – 972, и в 2002 г. – 892. Соответственно падала их протяженность и качество. И только, начиная с 2012 г. началось увеличение количества портов и причалов.

В-третьих, серьезный урон речному туризму был нанесен в области материально-технического обеспечения транспортных перевозок, когда количество пригодных и безопасных судов сократилось на 40%. В результате увеличилось количество аварий речных теплоходов.

В-четвертых, перечисленные выше факторы усугубились естественными недостатками водного транспорта – сезонностью работы и сравнительно невысокой скоростью перевозок, которые еще больше сдерживают развитие внутреннего водного транспорта вообще и речного туризма в частности.

В результате исследования открытых показателей развития речного транспорта и факторов, влияющих на них, можно сделать вывод о том, что внутренние водные пути России используются с недостаточной интенсивностью, не соответствующей их потенциальным возможностям.

Вместе с тем, имеются существенные потенциалы развития речного транспорта и водного туризма, которые определяются тем, что Россия располагает самой большой в мире разветвленной сетью водных путей с искусственными межбассейновыми соединениями, растущим количеством портов и пристаней, улучшающимся качеством и количеством речных судов, развивающейся транспортной инфраструктурой, судостроительными и судоремонтными предприятиями и высококвалифицированными кадрами.

В настоящее время реализация этих потенциалов будет поддержана крупными мероприятиями Государственной программы «Развития транспортной системы» и стратегии «Развития внутреннего водного транспорта РФ до 2030 года».

Список использованных источников:

1. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 гг.)».

2. Новиков В.С. Организация туристской деятельности : учебник. – М.: Academia. – 2013. – 336с.

3. Сущинская М.Д. Культурный туризм : учебное пособие. – М.: Юрайт. – 2017. – 138с.

4. Государственная программа РФ «Развитие транспортной системы» [Электронный ресурс] : постановление Правительства РФ от 15.04.2014 г. № 319. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант-плюс».

5. Стратегия развития внутреннего водного транспорта РФ на период до 2030 года [Электронный ресурс] : распоряжение Правительства РФ от 29.02.2016 г. № 327–р. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант-плюс».

6. Министерство транспорта Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.mintrans.ru. – (Дата обращения: 05.11.2017).

©Трубецкая С.Т., Кириллов В.П., 2017

УДК 336

КРИПТОВАЛЮТА: ШАГ В НОВУЮ ЭКОНОМИКУ ИЛИ МЫЛЬНЫЙ ПУЗЫРЬ

Топильская А.Ю., Джавадов Т.А.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Последние десятилетия экономика не стоит на месте. Страны из индустриальных постепенно переходят в постиндустриальные. Появилось информационное общество, начался технический и научный прогресс, происходит компьютеризация всего. Это коснулось и финансово-банковской сферы. Развитие предопределило возникновение электронных денег.

По мнению многих финансистов, что в будущем бумажные деньги могут перестать существовать, а на их смену придут виртуальные. Но при

всем при этом суть денег останется прежней, изменится только их форма, они станут «невидимыми».

В настоящее время место электронных денег неоднозначно. Криптовалюта – это шаг в новую экономику или все же мыльный пузырь, который лопнет в скором времени? С развитием общества меняется все. Новый вид денег появляется только в соответствии с экономической необходимостью. На практике виртуальная наличность стремительно становится валютой мировой экономики и её финансовых рынков.

Криптовалюта – это цифровая или электронная валюта, которая производится в интернете и хранится здесь же на виртуальных кошельках (по-английски – crypto currency) [1]. Физический аналог ее попросту отсутствует. Данный термин закрепился в обиходе после публикации в журнале Forbes в 2011 году.

В настоящее время криптовалюты стали одной из наиболее обсуждаемых тем в мировом финансовом сообществе. Это доказывает карта ее распространения [2]:

49,85% Северная Америка;
32,99% Европа;
9,36% Азия;
3,28% Южная Америка;
2,95% Океания;
1,58% Африка.

Можно заметить, что в большинстве крупных постиндустриальных странах мира система криптовалюты активно развивается.

На сегодняшний день в России нет единой позиции по данному вопросу, есть как сторонники (блок «За»): МТС, Мегафон, РЖД, Ассоциация «Национальный платежный совет», так и противники (блок «Против») использования криптовалюты: Центральный банк РФ, Правительство РФ; Минфин РФ; Генпрокуратуры РФ; МВД РФ и другие.

Условно либеральной позиции придерживается Министр экономического развития Максим Орешкин, который подчеркнул, что Россия должна активно использовать технологию блокчейн – «Мы может быть пока не понимаем, как эта технология может быть применена, какой она принесет результат. Но нам точно нужно понимать, как она работает, и быть в авангарде разработки этих процессов» [3].

Отечественные экономисты рассуждают, что на данном этапе криптовалютная экосистема не нуждается в банках и в правительстве, как в централизованном органе, именно поэтому власти так противятся ее

распространению. Виртуальные деньги не обложить налогом, на них трудно заработать, и это главное препятствие на пути их легализации.

Но как показала практика, если еще в 2015 г. многие органы из блока «против» были категоричны в своем ответе, то к 2017 г. большинство из них уже не отрицают электронную валюту, также в дальнейшем могут осуществиться введение государственными органами легализация системы блокчейна. В интервью Bloomberg [4, 5] заместитель Министра финансов РФ Алексей Моисеев выразил мнение, что легализация операций с криптовалютами может произойти уже в 2018 году.

В криптосообществе новость восприняли позитивно. «Мы приветствуем решение властей развивать регулирование в сфере ICO и криптовалют, а не вводить запреты», – комментирует руководитель пресс-службы Waves Platform в России Глеб Костарев. «Для криптосообщества это поручение означает в первую очередь то, что за регулирование большинства понятий и вопросов в сфере цифровых технологий в финансах взялись всерьез», – отмечает основатель блокчейна Universa Александр Бородич [6].

Криптовалюта, находясь на низком старте, охватывает интересом почти всех. Центральные банки планируют эмитировать свои криптовалюты: они уже сегодня делают шаги в этом направлении, обсуждают разные модели. В июне РИА Новости отметили, что Центробанк начал работу над созданием национальной виртуальной валюты.

Данный вопрос активно обсуждался в рамках экономических дебатах на форуме «Неделя молодого экономиста» в РГУ им. А.Н. Косыгина в ноябре 2017 года, где были рассмотрены плюсы и минусы влияния криптовалюты на российскую экономику.

Было отмечено, что основным преимуществом криптовалюты являются:

Анонимность. Можно отследить транзакции и увидеть, сколько криптовалют перебралось из одного кошелька в другой, но определить, кто именно является владельцем кошелька, не так-то просто.

Имеют высокую степень защищенности. Подделка криптовалюты невозможна.

Высокая степень удобства. Процесс открытия электронного кошелька зачастую во много раз проще, чем открытие счета в банке.

Децентрализованность. Нет единого центра, из которого осуществляется управление системой, а значит, нарушить работоспособность этой системы, принудительно ограничив

распространение валюты, крайне сложно. У сети просто нет единого владельца, она контролируется пользователями по всему миру и др.

Также остро обсуждались основные недостатки влияния криптовалюты на отечественную экономику, таких как:

Отсутствие определенного правового статуса. Есть государства, где использование криптовалют находится под запретом. А в ряде других оно не рекомендовано.

Связь с теневой экономикой. Использование для расчетов лицами, находящимися вне закона.

Высокая валатильность

Сложная система регулирования.

По итогам обсуждения на Форуме студенты и преподаватели не пришли к общему мнению о введении виртуальных денег, ведь однозначного ответа нет, ибо криптовалюта в России находится лишь на низком старте, а ход развития очень сложно предугадать. Самое главное, что говорить «нет» новым технологиям нельзя, а легализация самой системы должна учесть все плюсы для российской экономики.

Итак, можно сделать вывод, что в настоящее время введение системы криптовалюты вывязывают много споров, особое внимание уделяется со стороны эконмической безопасности, регулирование данной системы, но передовой опыт развитых стран показывает, что мы должны быть авангардами в этой области, волатильность будет высокой лишь до тех пор, пока криптовалюта не будет принята обществом и государством.

Список использованных источников:

1. Что такое криптовалюта и зачем она нужна [Электронный ресурс]. - http://bestinvestpro.com/chto-takoe-kriptovalyuta-i-zachem-ona-nuzhna/ (Дата обращения: 20.11.2017)

2. Анализ криптовалюты биткоин и ее положение в мире [Электронный ресурс]. - https://coinspot.io/analysis/analiz-kriptovalyuty-bitcoin-i-eyo-polozheniya-v-mire/ (Дата обращения: 25.11.2017)

3. Глава Минэкономразвития сравнил биткоин с пирамидой МММ [Электронный ресурс]. – https://lenta.ru/news/2017/09/27/bitmmm/ (Дата обращения: 25.11.2017)

4. Рекорды биткоина предвещают новый мировой финансовый кризис [Электронный ресурс]. - http://geo-politica.info/rekordy-bitkoina-predveschayut-novyy-mirovoy-finansovyy-krizis.html (Дата обращения: 30.11.2017)

5. Официальный сайт Bloomberg [Электронный ресурс]. - https://www.bloomberg.com/europe (Дата обращения: 11.30.2017)

6. РБК. «Биткоин в законе»: как в России отрегулируют криптовалюты и ICO [Электронный ресурс]. – https://www.rbc.ru/money/24/10/2017/59ef5def9a794713956b0b5d (Дата обращения: 25.11.2017).

©Топильская А.Ю., Джавадов Т.А., 2017

УДК 658.51

СПЕЦИФИКА «ПРАВИЛ ИГРЫ» В РАМКАХ КРЕАТИВНОЙ ФИРМЫ

Акимова А.И., Салихов Б.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном мире – в веке глобализации и информатизации люди стараются перенести все свои интеллектуальные способности на компьютеры и роботов. Однако такой фактор, как креативность, останется присущ только человеку.

В данной работе были проанализированы корпоративные правила (мы называем их «правила игры») различных компаний и выявить те, которые в большей степени влияют на развитие предприятий.

Именно институциональность в качестве корпоративных правил дает лидеру фирмы свободу творческой мысли. Ему удастся внести новые правила поведения работников фирмы, которые позволят предприятию наиболее эффективно функционировать. Поэтому в данном случае креативность является фактором повышения эффективности производства.

Предлагается десять «правил игры» (корпоративных правил), которые позволят предпринимателю создать фирму новой формации на базе креативных качеств человека.

Институт есть правило игры. В теории институт – это правило, дополненное механизмом принуждения к его исполнению.

Существуют формальные и неформальные институты. Формальные институты основаны на формальных правилах и организованных санкциях. А в основе неформальных институтах лежат неформальные правила и спонтанные санкции. В обоих видах институтов существуют положительные и отрицательные аспекты, приведенные в таблице 1.

Таблица 1 – Институанальные аспекты «правил игры»

ФОРМАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ	
Положительные	Отрицательные
Правила всеми трактуются одинаково;	Не всегда «успевают» за экономической динамикой (жизнь всегда «быстрее»);
Повышается эффективность правил;	Не могут предусмотреть «все случаи жизни»;
«Третья сила» противодействует дискриминации.	Могут приводить к злоупотреблениям уполномоченными лицами и структурами.
НЕФОРМАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ	
Положительные	Отрицательные
Возможность быстрой адаптации к меняющимся условиям;	Неоднозначность трактовок правил;
Возможность применения разных санкций в разных случаях.	Низкая эффективность правил.

Формальные институты представлены в виде институтов развития (РОСНАНО, фонд Сколково и др.). Они тесно связаны с государством (часто это и есть государственные образования) и финансируются из государственного бюджета. У данных институтов есть такие формы поддержки предприятий, как инвестиции, займы, поручительства. Однако самое значимое отличие российских институтов развития от банков – это гранты. Т.е. институт устраивает конкурс среди инициативных предпринимателей, целью которых является создание инновационного проекта, где главный приз – деньги. Сумма может достигать трехсот миллионов рублей.

Следовательно, первое правило игры – это денежное стимулирование новаторов. При его введении вовлеченность сотрудников в процесс создания инноваций значительно возрастает.

Интересный факт: предприниматели, которые просили помощь у институтов развития оставили положительные отзывы не столько о материальной, сколько о моральной поддержке. Обмен кадрами положительно повлиял на рабочую обстановку, настрой сотрудников, а также посредством общения повысились навыки и умения работников.

Второе правило игры – это обязанность лидера фирмы инвестировать в самообучение сотрудников. Это изменение увеличило количество клиентов предприятия.

Также на основе анализа удалось сделать вывод о том, что основными институтами должны стать именно неформальные. В связи с тем, что многие работники недовольны строгим контролем, строгими

санкциями и обязанностью строго следовать установкам, лидер фирмы «превращает» законы в мораль. На данном выводе базируется третье правило игры – основные институты – неформальные.

В ходе работы был проведен опрос студентов, где они отвечали на вопрос: «Что для Вас наиболее важно в вашей будущей работе?». Первое место разделили два фактора: «делать то, что нравится» и «зарабатывать много денег». Однако такой элемент, как «наличие хорошего босса, начальника» не выбрал никто. Из проведённого опроса следует четвёртое правило игры: система взаимодействия лидер-работник – горизонтальная. Т.е. лидер является в первую очередь неформальным лидером – его естественно уважают за харизму, креативные качества и генерацию инноваций.

В мире уже существуют фирмы, приближенные к креативным. Одна из них, британская компания «Innocent drinks», производит натуральные соки, смузи и др.

Сотрудники данного предприятия очень тепло отзываются о корпоративных правилах. Наиболее распространенный положительный отзыв о том, как сильно работникам нравится, что нет деления на отделы и можно свободно общаться с людьми из различных сфер. В их компании был тоже проведен опрос. И наиболее важный элемент в их работе – это хорошие взаимоотношения с коллегами. Также они называют себя «happy company» в связи с тем, что довольны корпоративными правилами своей фирмы.

Ниже представленные правила игры были сформулированы на основе «Innocent drinks».

Пятое правило: уважительные и доверительные отношения друг к другу. От данного правила колоссально зависит производительность предприятия. Однако доверительные отношения не ограничиваются системой работник-работник. Они также должны присутствовать в системах лидер-работник и управленец-работник. Этого можно легко добиться с помощью введения шестого правила игры: еженедельные встречи «без галстуков» (т.е. неформальные). На данных встречах обсуждаются все волнующие вопросы: от динамики работы до личных претензий и недопониманий. Эти встречи делятся на малые (лидер-управленцы отделов, лидер-отдел) и большие, на которых будут собираться все сотрудники компании. Общение может происходить где угодно: в конференц-зале, в кабинете лидера, в кафе, в любых мессенджерах. Основная задача – всегда быть «в теме» происходящего.

Встречи «без галстуков» помогут наладить взаимоотношения и повысить доверие во всем коллективе.

Седьмое правило игры – свободный график творческо-трудовой деятельности. После того, как лидер убирает четкие дедлайны, возрастает количество инноваций на предприятии, а, следовательно, возрастают производство и продажи. Это происходит в связи с тем, что работники ощущают свободу вместо давления и строгих требований.

Восьмым правилом вводится brainstorming. Brainstorming – групповой метод творчества, с помощью которого предпринимаются усилия для того, чтобы найти решение (заключение) по конкретной проблеме, собрав список спонтанных идей. Также brainstorming активно участвует в формировании неявных знаний, которые, в свою очередь, способствуют созданию инноваций.

Восьмое правило игры – уважение к творцам новых знаний. В любом коллективе, в том числе в рабочем, присутствует человек, на которого многие хотят равняться. В креативной фирме этим человеком станет производитель новых идей.

Заключающее весь список правило игры – свободная форма во время рабочего процесса. Это позволяет сотрудникам думать о работе, а не о удобствах и внешнем виде.

Таким образом, фирмы новой формации – креативные фирмы «делают» новых людей с творческим мышлением, креативными идеями и осознанием необходимости создания качественных инноваций. За креативными фирмами – новая экономика. И все это возможно легко достичь, лишь внеся изменения в «правила игры».

Список использованных источников:

1. Заостровцев А.П. Институциональная история России (О книге Р.М. Нуреева и Ю.В. Латова «Экономическая история России: опыт институционального анализа») // Вопросы экономики: экономический научный журнал. – 2017. - №5. [с. 136-147].

2. Симачев Ю., Кузык М. Влияние государственных институтов развития на инновационное поведение фирм: качественные эффекты // Вопросы экономики: экономический научный журнал. 2017. №2. [с.109-135].

3. Oxenden C., Latham-Koenig C. New English file advanced student’s book [с.6, 121].

©Акимова А.И., Салихов Б.В., 2017

УДК 338

ПРОБЛЕМЫ И ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Сабиржанова Е.В., Салихов Б.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В современной экономике инновации играют ключевую роль в развитии предприятия и формировании его конкурентоспособности. Внедрение инноваций связанно с целым рядом трудностей, начиная от внушительных, разного рода, затрат (финансовых, трудовых, организационных и т.д.), и заканчивая психологически-социальной готовностью общества к новшествам. И все же, преодоление этих трудностей позволяет предприятию решать такие важные проблемы, как ограниченность ресурсов, разработка методов, позволяющих максимально качественно и эффективно использовать их, а так же возможность его преобразования в инновационное.

Инновационное предприятие – это организация, осуществляющая практическую реализацию технологий, при этом получающая наибольшую долю прибыли от создания и последующей реализации инновационной продукции, или вследствие применения технико-инновационных методов и процессов. При этом фирма должна располагать высоким экономическим (уровень издержек, финансовое положение), маркетинговым (маркетинговая стратегия), инновационным (осведомленность в научно-технической сфере, доступ к современной своевременной информации, способность к разработке инноваций) и конкурентно-способным потенциалом.

Инновационное предприятие имеет множество системных классификаций (по видам, моделям и т.д.), однако, главной его характеристикой является способность к продолжительному созиданию новаторских разработок, внедрение их в свою деятельность и развитие за счёт инновационных технологий. Это обеспечивает принципиальное преимущество перед конкурентами, высокий спрос на производимые блага и возможность на время приостановить производственный спад согласно закону убывающей производительности.

Немаловажную роль в инновационном предприятии играет и предпринимательство. Его основные функции заключаются в маркетинге, активной инициативности, качественном институциональном управлении

и реализации постоянного процесса превращения кадрового состава предприятия в креативных сотрудников.

В России, к сожалению, инновационный потенциал предпринимательства недостаточно используется. По данным госстата, начиная с 2011 года, удельный вес инновационной активности организаций заметно упал, и с 2013 года отрицательная динамика становится только круче, это связанно, в первую очередь, с отсутствием эффективной поддержки со стороны государства. На 2016 год, расходы на национальную экономику составили 15,9% от всего государственного бюджета, а на образование – всего 3,6% [3].

Сложность и, иногда, невозможность получить качественное образование очень пагубно влияет на дальнейший уровень инновационной активности, поскольку именно образование является фундаментом успешной инновационной деятельности. Проблема в сфере образования означает устойчивость низкого процента квалифицированных кадров, способных осуществлять созидание инноваций, их незаинтересованность в ее практической реализации на территории России и последующий отток специалистов за границу.

Помимо образования, существует проблема крайне низкого, на 2016 год, процента (2,4%) [3] организационных инноваций, располагающих разработками более качественных институциональных методов управления. На сегодняшний день, проблема разработки институтов, регулирующих любые человеческие взаимодействия касательно использования человеческого капитала, методов защиты инновационного труда и объектов, более подходящего понятийного системного аппарата, касающегося инноватики и интеллектуальной собственности, все еще актуальны и требуют соответствующих мер для их разрешения.

Несмотря на низкое место в рейтинге ГИИ (Глобальный инновационный индекс), Россия располагает достаточно крупным научным потенциалом. В научных, конструкторских, проектных организациях занято примерно 800 тыс. человек, в том числе почти 104 тыс. докторов и кандидатов наук. В сфере науки трудится 1,2% всех занятых в экономике. Однако, фактическое десятикратное сокращение расходов на науку (до менее 1% ВВП) и на образование, наряду с отсутствием навыков торговли научной продукцией постепенно лишают Россию главного источника современного экономического роста – интеллектуального потенциала [2].

По данным госстата, из страны ежегодно уезжает до 250 тыс. высококвалифицированных специалистов. Это крайне негативно

отражается на профессиональном и интеллектуальном потенциале страны, которая и так страдает от нехватки интеллектуально развитых в своей сфере кадровых сотрудников.

Более того, существует и проблема неравномерного распределения людей, занятых интеллектуальной деятельностью, наибольшая половина из которых сосредоточенна в больших городах, в центральной России, в то время как нужно обеспечить каждому субъекту РФ возможность сформировать в своих городах качественные научные и образовательные центры, способствующие концентрации, а не оттоку креативного класса общества. Естественно, что следует обеспечить и рабочие места для новоиспеченных работников.

Патентная деятельность, аналогично большинству сфер экономики, требует, в первую очередь, реформ в законах и более точных конкретизаций и компетенций. В 2016 году, согласно статистическим данным, было подано свыше 39000 заявок на выдачу патентов, из них выдано и действует более 31000, это намного меньше, чем 2014 году, что оставляет вопрос, кающийся патентной политики открытым [3].

В целом, как текущие показатели инновационной деятельности, так и их динамика (фактически во всех сферах прослеживается отрицательная) свидетельствуют о слабой эффективности существующей инновационной системы, улучшение основных показателей происходит слишком медленно и почти никак не влияет на обеспечение соответствия современным техническим регламентам, правилам и стандартам. Так, до 2015 года в России доминировала исключительно высокая степень воздействия инноваций, в то время как в 2016 резко взметнулась вверх нулевая [3].

Таким образом, основными направлениями государственной инновационной политики должны следующие положения:

поддержка технологических нововведений, создание системы комплексной поддержки;

развитие производства, повышение конкурентоспособности и экспорта наукоемкой продукции;

развитие инфраструктуры инновационного процесса, включая систему информационного обеспечения, финансово-экономическую систему, производственно-технологическую поддержку, систему сертификации и продвижения разработок, подготовки и переподготовки кадров;

реализация критических технологий и приоритетных направлений, способных преобразовывать соответствующие отрасли и регионы.

Для реализации данного направления, в-первую очередь, необходимо максимально увеличить долю государственного бюджета на образование и национальную экономику; во-вторых, следует создать качественные институты, регулирующие все инновационные трансакции, а так же законы, обеспечивающие должную защиту интеллектуальной собственности человека; в-третьих, необходимо выработать комфортные условия для реализации научной деятельности с целью предотвратить отток квалифицированных кадров; в-четвертых, нужно улучшить систему отечественного образования, сделать ее максимально качественной и доступной для любого заинтересованного лица, с целью дальнейшего их превращения в креативный класс общества.

Список использованных источников:

1. www.grandars.ru
2. www.gks.ru
3. fb.ru
4. odiplom.ru
5. moluch.ru

©Сабиржанова Е.В., Салихов Б.В., 2017

УДК 338

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЫ И РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОГО ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Гусева Е.А., Салихов Б.В.
Российский государственный университет им А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Пенсионная система играет огромную роль в социальной и общественно-политической жизни всего государства, и привлечение сотрудников пенсионного возраста является востребованным и актуальным в современных условиях.

Пенсионная система России – совокупность институтов и норм, имеющих целью предоставление гражданам материального обеспечения в виде пенсии. Пенсионная система России включает в себя: обязательное пенсионное страхование и государственное пенсионное обеспечение. Первый и основной тип – это страховые пенсии, которые получает большинство пенсионеров в России.

Под обязательным пенсионным страхованием (ОПС) понимается система мер, призванная компенсировать гражданам доход, получаемый до назначения и выплаты им пенсий. В данной системе участвуют 3 субъекта: страховщик, страхователи, застрахованные лица.

Виды пенсий по ОПС: пенсия по старости; пенсия по инвалидности; пенсия по случаю потери кормильца.

Ко второму типу относятся пенсии по государственному пенсионному обеспечению. Виды пенсий по государственному пенсионному обеспечению: пенсия за выслугу лет; пенсия по старости; пенсия по инвалидности; социальная пенсия.

По данным интернет-портала «Пенсиология» распределение пенсионеров по полу следующее – 33% – мужчины, 67% – женщины.

Численность пенсионеров в 2017 году в РФ выросла на 2,3 млн. по сравнению с 2014 годом. Наряду с ростом количества людей пенсионного возраста будет происходить падение числа трудоспособного населения. Низкий уровень рождаемости обуславливает разницу между трудоспособным населением и гражданами пенсионного возраста, что приводит к старению населения, увеличению нагрузки на пенсионную систему. Количество работающих пенсионеров в 2017 году выросло на 1,3 млн. по сравнению с 2013 годом.

Так же стоит отметить, что среди пенсионеров 36% продолжают работать после выхода на пенсию по причине того, что величина пенсии не всегда может удовлетворить все человеческие потребности.

Пожилые сотрудники вдруг начали цениться на «вес золота», и многие западные компании стали отдавать предпочтение именно им, обнаружили эксперты. Все дело в том, что пожилые люди имеют грандиозный опыт работы и гораздо лучшие коммуникативные навыки, чем молодое поколение, выросшее с гаджетами в руках. Люди старшего поколения значительно превосходят молодежь в таких областях, как коммуникации, эмпатия и терпение, а также в отношении к работе. Их жизненный и рабочий опыт, как правило, приводит к определенной гибкости и адаптируемости.

Известно, что чем выше уровень образования пенсионера, тем больше вероятность того, что он продолжит работать, находясь на пенсии. Отраслевая структура занятых пенсионеров четко отражает их профессиональный состав. Доля пенсионеров, работающих в сфере образования, составляет 18%. В сфере науки и культуры работает порядка 4% пенсионеров. Вторая сфера некоммерческих услуг, где концентрируются пенсионеры – здравоохранение и социальное

обслуживание. Там занято около 14% пенсионеров. Около 40% всех работающих пенсионеров заняты в отраслях, требующих высокого уровня профессионального образования. В машиностроении и отраслях тяжелой промышленности занято около 18% работающих пенсионеров. Во всех остальных отраслях занятость пенсионеров существенно ниже.

Люди пожилого возраста ценятся больше, чем молодежь и это объясняется многими факторами.

Во-первых, качество их работы проверено временем. Поскольку возраст так называемого «корпоративного жреца» высок, соответственно он имеет больше опыта в работе, а также рекомендации и достижения на предыдущем месте работы. Такой сотрудник всегда сможет продемонстрировать свои знания и умения.

Во-вторых, «корпоративные жрецы» требуют меньше компенсационных выплат. Некоторые работодатели считают, пожилым сотрудникам придется платить больше компенсационных выплат, однако это совсем не так.

В-третьих, стоит отметить, что такие работники умеют подстраиваться. У пожилых сотрудников нет маленьких детей, и в конце рабочего дня они не бегут домой сломя голову, чтобы успеть приготовить им ужин. Пожилые специалисты – отличный вариант для тех компаний, которым нужны сотрудники, чей график не укладывается в стандартную схему.

В-четвертых, «старейшины коллектива» – мудры. Представьте, каким богатым опытом обладает пожилой сотрудник! За свою карьеру он повстречал немало людей, выполнил огромное количество заданий, и все, что он узнал, может пригодиться компании. Пожилые сотрудники способны обучать своих молодых коллег, и коллектив от этого только выиграет. Такие специалисты дадут отличный совет по поводу того, как лучше всего поступить в проблемной ситуации, организовать то или иное мероприятие, как вести себя в командировке.

В-пятых, пожилые люди стремятся к лучшему. Они ценят возможность узнать что-либо новое. Всякий раз, когда в отрасли появляются новые технологии, «старейшины компании» стремятся получить о них всю необходимую информацию и внедрять их в производство, чтобы получить выгоду.

Чтобы понять, как привлекать людей пожилого возраста к работе, нужно выяснить, что «корпоративных жрецов» мотивирует на работу. Для привлечения на работу людей пожилого возраста требуются социально ориентированные программы.

Людей старшего возраста мотивирует желание социального взаимодействия, а следующий по значимости фактор их мотивации – наличие ясной жизненной цели. Поэтому, желая привлечь таких людей в компанию, нужно подчеркивать важность такой составляющей работы, как взаимодействие с клиентами и другими работниками, и всячески давать понять, что компания ценит их жизненный опыт и знания.

Главными нематериальными мотиваторами опытных профессионалов являются позитивные, дружеские отношения с коллегами. Для них также важно, если в компании построена эффективная корпоративная культура с такими ценностями, как командность, сплоченность, взаимоподдержка и взаимопонимание. Конечно, сейчас они чувствуют усталость от одинаковых задач, поэтому привлекательными для взрослых сотрудников выступают инновационные задачи и проекты, дающие им «новое дыхание». Зрелые специалисты, имеющие профессиональный и жизненный опыт, умеют правильно, дипломатично и эффективно общаться, поэтому если в компании имеются условия для расширения деловых контактов, участия в конференциях – это может быть для них важным аргументом, повышающим их преданность компании и успешность в работе.

Стоит разобраться и в том, затрудняет ли пенсионный возраст поиск работы. Ситуация, складывающаяся на российском пенсионном рынке труда в последние годы, является достаточно напряженной и характеризуется тенденциями к ухудшению. В периоды, когда недостает рабочих рук или пенсионеры нуждаются в материальной помощи, они продолжают работать даже в пенсионном возрасте. В то же время в эпоху внедрения новых технологий имеет место тенденция к увольнению их с работы, в связи, с чем растут масштабы безработицы среди пенсионеров, увеличивается ее продолжительность. Между тем возможности людей пенсионного возраста и без того ограничены в силу их более низкой конкурентоспособности по сравнению с другими категориями населения.

Один из главных барьеров, препятствующих занятости пенсионеров – состояние их здоровья, мощнейший фактор, регулирующий занятость в пожилых возрастах. Ухудшение здоровья не только провоцирует более раннее оформление пенсии, но и приводит к выходу с рынка труда, существенно ограничивая возможности по расширению занятости пенсионеров.

Больше всего шансов найти работу после выхода на пенсию имеют специалисты – носители уникальных знаний, ценных в настоящий момент.

Таким образом, каждая корпорация заинтересована в человеке с опытом и стоит отметить, что работа на пенсии имеет свои плюсы и минусы. К плюсам относится: размер материального обеспечения работающих пенсионеров выше, чем неработающих; пока гражданин работает – за него отчисляются страховые взносы, а, следовательно, повышается размер пенсии; при более позднем выходе на пенсию конечная сумма пенсионного обеспечения будет увеличиваться на определенный повышающий коэффициент. К минусам относится: в 2016 году отменили индексацию пенсий работающим пенсионерам; возможная отмена полной выплаты или ее фиксированной части в ближайшем будущем работающим пенсионерам.

Список использованных источников:

1. www.pfrf.ru
2. www.pensiology.ru
3. www.hr-portal.ru
4. www.hrliga.com
5. www.knowledge.allbest.ru

©Гусева Е.А., Салихов Б.В., 2017

УДК 338

КРЕАТИВНОСТЬ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ФИРМЫ

Швыдкова А.С., Салихов Б.В.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Становление креативности в качестве определяющего элемента экономической жизни лежит в основе непрерывного процесса перемен. Креативность получила должную оценку благодаря всё более широкому признанию того факта, что именно она – источник новых технологий, новых отраслей, новых материальных благ и других экономических преимуществ, поэтому актуальность данной темы определяется тем, что роль и значение креативной деятельности органически связаны с глобальными процессами, происходящими в современном мире [1].

Креативность, в первую очередь, включает в себя такие элементы, как дивергентное мышление и дивергентные действия, а также открытость и толерантность к неопределённости. Другими составляющими креативности являются общие знания и мыслительная база, база

специальных знаний и специфических умений, сосредоточенность и увлечённость задачей, мотивация и мотивы.

Креативные решения в экономике – это результат творческого нестандартного, а, зачастую, некопируемого подхода в принятии управленческих решений. Прежде всего, креативные решения в экономике проявляются в высочайшей результативности решения социально-экономических проблем и высокой эффективности социально-экономической деятельности.

В основе креативной экономики лежит метод принятия нестандартных, оригинальных и нетрадиционных управленческих решений, как в целях стратегического развития, так и преодоления постоянно возникающих чрезвычайных и кризисных ситуаций, когда требуется осуществить поиск и реализацию принципиально новых путей выживания, продвижения вперед, достижения конкурентоспособности организации на рынке и, в конечном счете, обеспечения экономической безопасности.

По прогнозам различных авторитетных международных организаций, в перспективе 2020-2025 гг. наибольшая часть добавленной стоимости будет создаваться за счёт интеллектуальных (креативных) факторов производства. Тогда, именно творческий подход и креативность станут ведущими, определяющими и решающими факторами экономического развития в XXI веке, а креативный класс станет стержнем человеческих ресурсов в креативной экономике. Таким образом, главным фактором экономического развития в XXI веке должны стать креативные человеческие ресурсы, обладающие в большей степени способностью креативного мышления в принятии и реализации экономических решений во всех сферах народного хозяйства [2].

Сегодня креативность является ключевой категорией в развитии различных фирм и предприятий. Сравнительный анализ, в котором были рассмотрены предприятия с традиционным подходом к развитию и предприятия с креативным подходом, показал, что развитие со старым подходом происходит само собой, в то время как процесс креативного развития встроен в организацию. В первом случае развитие – это простое обучение, во втором же случае – это сложная и интересная работа, коучинг и т.д. В первом предприятии таланты принадлежат подразделению, соответственно люди не переходят из одного подразделения в другое, а во втором – таланты принадлежат всей компании и люди легко перемещаются в ней. Это лишь немногие показатели того, что креативный подход не только выгоден предприятию, но и просто необходим для его

дальнейшего развития. Если рассмотреть графики спроса на креативные компетенции, то можно сразу обратить внимание на то, что этот спрос с каждым годом растёт, особенно на наукоёмких предприятиях, где действительно осуществляются инновации.

Сравнив показатели 1990-го года и 2002-го, можно увидеть увеличение индекса креативности на 5%, что говорит о предпочтении развития нерутинных когнитивных и нерутинных аналитических навыков [3].

Также, креативность занимает 1 место среди факторов, влияющих на карьерный рост (25%). Не менее важными являются следующие факторы: исполнительность, готовность работать сверхурочно (21%), навыки, полученные в ВУЗе (18%) и контакты, приобретённые в ВУЗе (14%) и другие (22%).

Повышение процента креативности говорит о развитии инновационной деятельности в фирме. Если рассмотреть показатели креативной активности организаций по субъектам Российской Федерации, можно отметить, что с течением времени этот процент может, как увеличиваться, так и уменьшаться. Так, процент креативности в Южном федеральном округе на 2013 год составлял 7,2% , а в 2015 году – 7,8%, увеличился на 0,6%. В Северо-Западном федеральном округе можно наблюдать обратную ситуацию: 2013 год – 10,7%, 2015 год – 9,6%, индекс уменьшился на 1,1%.

Самым высоким процентом инновационной активности 2015 года обладает Центральный федеральный округ (10,9%), на втором месте – Приволжский федеральный округ (10,6%). Самый низкий показатель у Крымского федерального округа (4,5%) [4].

Любой системе, как и какому-либо субъекту вообще, присуща потребность в безопасности. Предприятия также тяготеют к пребыванию в безопасности, которая является одним из важнейших условий их функционирования.

В современных условиях происходит трансформация экономической безопасности предприятия в социально-экономическую. Такая трансформация предопределена усилением влияния человеческого фактора во внешней и внутренней среде предприятия. Проявлением такого влияния во внешней среде предприятия является формирование его социальной ответственности, а во внутреннем – образование социального партнерства.

Следовательно, развитие общих условий деятельности и взаимоотношений внутри предприятия дает возможность говорить о социально-экономической безопасности предприятия как актуальном

непротиворечивом генезисе понятия «экономической безопасности предприятия».

Экономическая безопасность связана с креативностью прямой зависимостью, которая показывает, что чем выше качество человеческого капитала, тем выше уровень экономической безопасности. Изучив каналы влияния, можно выделить самые значимые: повышение эффективности производственной деятельности, обеспечение устойчивого, экономически безопасного позиционирования на рынке, реализация конкурентных преимуществ.

Так как именно креативность связана со способностью изменяться и самообновляться, самосовершенствоваться и совершенствоваться, как этого требуют внутренние и внешние обстоятельства, представляется широкое поле для применения её постулатов в согласовании экономических интересов предприятия, служащего основой достижения результативности управления экономической безопасностью предприятия.

Как отмечал И. Лутц: «Креативность начинается не с практических приёмов, а с мировоззрения», поэтому человек должен стремиться к креативности, ведь именно она сможет обеспечить ему экономический рост, и тогда он сможет экономически обезопасить не только своё предприятие, но и свою жизнь.

Список использованных источников:

1. Ричард Флорида «Креативный класс. Люди, которые создают будущее» - «Манн, Иванов и Фербер», Москва, 2016.

2. Степанов А. А., Савина М. В. «Креативная экономика: сущность и проблемы развития» (Электронный научный журнал ВАК: Управление экономическими системами, 2013, Москва)

3. https://lirt.hse.ru/data/2015/04/06/1096342275/russia_skills.pdf (стр.35)

4. Меркушева А.Е. «Анализ причин замедленного перехода экономики Российской Федерации на путь инновационного развития», (Издательство «Молодой учёный», 2017, №5, стр.199-202).

©Швыдкова А.С., Салихов Б.В., 2017

УДК 338

РИСКИ ИНЖИНИРИНГА ПЕРСОНАЛА

Абакова М.С., Морозова Т.Ф.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Постоянно растущая конкуренция требует от организации разработки оптимальных условий функционирования, рационального использования рабочей силы, создание условий для выпуска высококачественной продукции, поэтому очень важно еще и оценивать процедуры управления персоналом. Часто инжиниринг персонала (аутсорсинг, аутстаффинг, лизинг) является наиболее необходимым и эффективным, а значит и предпочтительным для организации. Важно вовремя и правильно принять решение о переходе на ту или иную систему.

Опираясь на западный опыт по снижению издержек на персонал, многие организации не учитывают российскую правовую базу, уровень экономического развития и состояние инфраструктуры [1].

Поэтому для перехода на использование привлеченного персонала стоит придерживаться определенного алгоритма в принятии решения, схема которого приведена на рисунке 1.

На этапе выявления причин перехода на систему привлечения персонала, компания-заказчик должна понять: зачем именно ей, в ее финансово-экономических условиях, при ее месте на рынке что-то менять. Затем можно будет решать, каким именно способом этот переход осуществлять.

Каждая из форм имеет как положительные, так и отрицательные стороны, которые следует тщательно анализировать.

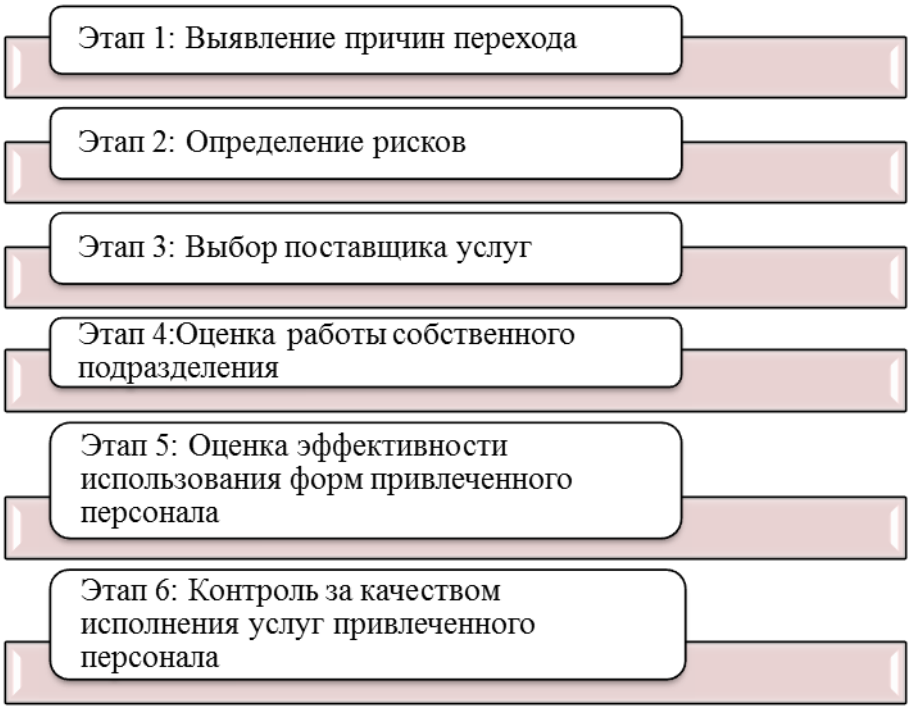


Рисунок 1 – Схема принятия решения о переходе на привлеченный персонал

При этом некоторые достоинства и недостатки каждой из форм могут совпадать, поэтому очень важно на стадии принятия решения о переходе на ту или иную форму привлеченного персонала не подменять одну цель на другую. Кроме того, необходимо определить все возможные последствия, прежде чем принимать меры, которые могут повлечь за собой значительные изменения.

Далее анализируются возможные риски и методы их снижения. Использование персонала на условиях аутсорсинг, аутстаффинг и лизинг сопровождается следующими видами рисков:

Налоговый риск можно определить как явление, связанное с потерями для налогоплательщика в процессе уплаты и оптимизации налогов, которое может наступить, а может и не наступить.

Таким образом, рисками можно управлять, а именно использовать различные способы и методы, которые позволяют спрогнозировать наступление события и разработать меры борьбы с ним.

Налоговые риски делятся на несколько категорий.

Информационные риски связаны с неоднозначным толкованием законодательства налогоплательщиками и налоговыми органами, особенно в тех случаях, когда организация преследует цель экономии на налогах. В таких случаях нередко бывают ситуации, когда даже специалистам нелегко

определить правомерность действий налогоплательщика. Для снижения возникновения таких рисков следует использовать судебную практику, в которой даются подробные разъяснения наиболее непонятных пунктов в законодательстве.

Риски окружения связаны с правоприменением налогового законодательства налоговыми органами и судами. Сюда можно отнести неожиданные решения судов, изменение кадрового состава органов исполнительной власти, которые непосредственно могут привести к изменению трактовки законодательства и самой фискальной политики. В таких случаях следует проводить мониторинг экономической политики государства и использовать услуги сторонних налоговых консультантов и аудиторов [2].

Риски процесса возникают из-за неправильных действий самой компании, когда организации достаточно часто допускают ошибки в налоговом планировании или налоговом учете. Такие риски могут выражаться в технических или фактических ошибках при исчислении налогов или просрочке их уплаты. Для снижения рисков процесса необходимо внедрение системы внутреннего контроля, постановка грамотного документооборота, а также привлечение сторонних аудиторов для проверки ведения учета и деятельности компании.

Репутационные риски связаны с нанесением ущерба репутации компании, снижение цены бренда и инвестиционной привлекательности, поэтому для поддержания репутации к управлению рисками стоит подходить со всей ответственностью, применяя как собственные силы, так и привлеченные [3].

Таким образом, для управления налоговыми рисками можно выделить два основных метода:

Метод дополнительного документального подтверждения – заключается в создании дополнительных документов, помимо тех, которые компания обязана иметь по закону, для подтверждения правомерности своей деятельности.

Также компания может использовать:

получение разъяснений налогового законодательства у соответствующих органов;

консультации консалтинговых, юридических и аудиторских компаний;

страхование налоговых рисков;

специальные режимы налогообложения.

Метод судебного прецедента – суть заключается в том, что налогоплательщик уплачивает налог в бюджет, рассчитав его с позиции налогового органа, затем сдает уточненную налоговую декларацию и просит вернуть излишне уплаченный налог. Если суд встает на сторону компании, то она может вернуть свои деньги, если нет, то неблагоприятные последствия все равно не грозят налогоплательщику, так как налог уже уплачен [4].

Для выбора того или иного метода управления налоговыми рисками, необходимо решить, какой результат компания желает получить. Для этого необходимо изучить потенциал компании, ее возможность нести потери, не нанося заметного вреда своей деятельности.

Все последующие этапы принятия решения о переходе на привлеченный персонал, от выбора поставщика услуг до контрольной функции, напрямую зависят от качества проведения анализа и оценки рисков.

Список использованных источников:

1. Усанов А. Ю., Фефелова Н.П., Терина Г.Е. Инновационные процессы. – направления. – инструменты совершенствования. – М., 2013. – 150 с.

2. Фадеев Ю.Л., Аутсорсинг. Аренда персонала: правовые основы, бухгалтерский учет и налогообложение. – М.: Эксмо, 2011. – 80 с.

3. Моисеева Н. К., Малютина О. Н., Москвина И. А., Аутсорсинг в развитии делового партнерства. – М.: Финансы и статистика; Инфра – М, 2012. – 240 с.

4. Бубнова Е. Новая география аутсорсинга // Fashion Report. – 2011.– № 9

©Абакова М.С., Морозова Т.Ф., 2017

Авторский указатель

А

Абакова М.С., 201
Абдрахманова А.А., 126
Акимова А.И., 186
Алексеева В.А., 30
Андреева Е.Г., 144
Андрианова А.О., 44
Анисимова Е.В., 166
Ашуров А.А., 132

Б

Бутко Т.В., 135

В

Володина А.А., 47

Г

Горцева И.О., 26
Гафарова В.С., 47
Горский А.А., 105
Горулева Е.Е., 174
Губачев Н.Н., 70, 88, 101, 113
Гусев И.Д., 144, 148
Гусева Е.А., 193
Гусева М.А., 144

Д

Дадабаева Д.У., 52
Джавадов Т.А., 182

Е

Ерисова Н.Д., 57

Ж

Журавлева Ю.В., 170

З

Забугина А.А., 105
Зернова Л.Е., 154
Зотов В.В., 10, 85, 124

И

Иванова И.В., 63
Иващенко Н.С., 157
Ильин С.Ю., 81
Ингман Н.И., 139

К

Камышева А.В., 67
Карабанова Н.Л., 135
Карпова Е.Г., 18
Кещян С.Г., 3, 6
Кириллов В.П., 44, 178
Комаров Г.А., 132
Кравченко М.В., 113
Курзякова Е.В., 110
Кяжкина Т.Ю., 52

Л

Ливанский М.В., 39, 74
Лобжанидзе С.К., 148

М

Миняйлик Е.В., 10
Морозова Т.Ф., 201

Н

Назарова А.М., 70
Назарова В.Ю., 74
Назмиева И.И., 121
Носова Д.А., 34

О

Образцова О.Д., 78
Огурцова Н.С., 52, 63, 78, 85, 98
Одинцова О.В., 67, 94, 121

П

Палашкевич М.С., 81
Перегудова Т.А., 15
Политыко М.Д., 154
Попел А.Е., 30
Пухир В.М., 148

Р

Рыжик А.В., 157

С

Сабельникова Е.П., 88
Сабиржанова Е.В., 190
Савельева А.И., 139
Салихов Б.В., 186, 190, 193, 197
Селезнева А.С., 118
Сизова Д.А., 132
Скоцкая Т.В., 124
Сницарь Е.В., 94

Т

Тимачев В.И., 47
Титов В.А., 3, 6
Титов В.Н., 118
Топильская А.Ю., 182
Трошина М.М., 39
Трубецкая С.Т., 178

У

Усманова А.С., 101

Ф

Феклисова А.А., 34
Фролова О.Н., 162

Х

Харина И.С., 22
Хоменко С.К., 166

Ч

Чугунов А.Е., 22

Ш

Швыдкова А.С., 197

Э

Эмиров В.А., 57

Я

Язовская А.А., 18
Якубин М.А., 98

Научное издание

Всероссийская конференция молодых исследователей «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации «Социальный инженер-2017»
ЧАСТЬ 2.

В авторской редакции
Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.
Все материалы отображают персональную позицию авторов.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов

Усл.печ.л.____Тираж 30 экз. Заказ №___

Редакционно-издательский отдел РГУ им. А.Н. Косыгина
115035, Москва, ул. Садовническая, 33, стр.1
тел./ факс: (495) 955-35-88
e-mail: riomgudt@mail.ru
Отпечатано в РИО РГУ им. А.Н. Косыгина